



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM
@ASLISUROBOYO TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI WISATA KULINER
MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN AMPEL SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Sunan Ampel Surabaya, Untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

ZICO AHMADULLAH TAUHID
NIM. B95219137

PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS
DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN AMPEL SURABAYA
2023

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zico Ahmadullah Tauhid
NIM : B95219137
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwasannya skripsi yang berjudul, **“EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @ASLISUROBOYO TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI WISATA KULINER MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA”** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal yang bukan termasuk karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka. Apabila jika terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima hukuman dan sanksi akademik.

Surabaya, 5 Juni 2023
Yang Membuat
Pernyataan



Zico Ahmadullah
Tauhid
B95219137

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Zico Ahmadullah Tauhid
NIM : B95219137
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Studi : Efektivitas Akun Instagram
@Aslisuroboyo Terhadap Pemenuhan
Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner
Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan
Komunikasi Universitas Islam Negeri
Sunan Ampel Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan.

Surabaya, 5. Juni 2023



Pardianto S. Ag., M.Si.
NIP. 197306222009011004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
EFEKTIFITAS AKUN INSTAGRAM @ASLISUROBOYO
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI
WISATA KULINER MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH
DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN AMPEL SURABAYA


SKRIPSI

Disusun Oleh
Zico Ahmadullah Tauhid
B95219137


Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu Pada Tanggal 6 Juli 2022

Tim Penguji

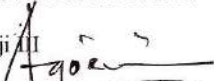
Penguji I


Pardianto, S.Ag, M.Si
NIP. 197306222009011004

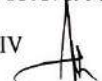
Penguji II


Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 197110171998031

Penguji III


Dr. Agoes Mub. Moefad, SH, M
NIP. 197008252005011004

Penguji IV


Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si
NIP. 198311182009011006

Surabaya, 6 Juli... 2022
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi




Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 197110171998031

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zico Ahmadullah Tauhid
NIM : B95219137
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : ahmadullahzico@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Efektivitas Akun Instagram @Aslisuroboyo terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 September 2023

Penulis



(Zico Ahmadullah Tauhid)

ABSTRAK

Zico Ahmadullah Tauhid, B95219137, 2023. *Efektivitas Akun Instagram @Aslisuroboyo terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya*

Penelitian ini membahas tentang Apakah akun Instagram @aslisuroboyo dapat dikatakan cukup efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya. Diadakannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui kadar keefektivan dari akun media sosial Instagram @aslisuroboyo dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi wisata kuliner bagi mahasiswa FDK Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data yaitu metode kuantitatif dengan teknik analisis linier sederhana. Hasil yang didapatkan yaitu dari hasil olah data uji korelasi dengan hasil nilai koefisien korelasi (r) 0,779 yang selanjutnya akan digunakan untuk mencari tahu nilai koefisien determinasi ($r^2 = R$). Jadi nilai koefisiennya yaitu $0,779^2 = 0,606841$. Dengan demikian akun Instagram @Aslisuroboyo memiliki keefetivan sebesar 60,68% dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai wisata kuliner.

Kata Kunci: Instagram, @Aslisuroboyo, Kebutuhan Informasi

ABSRACT

This study discusses whether the Instagram account @aslisuroboyo can be said to be effective enough to meet the culinary tourism information needs of FDK UIN Sunan Ampel Surabaya students. This research was conducted to determine the level of effectiveness of the Instagram social media account @aslisuroboyo in fulfilling the need for culinary tourism information for FDK students at Sunan Ampel State Islamic University Surabaya. The method used to obtain data is a quantitative method with simple linear analysis techniques. The results obtained are from the results of processing the correlation test data with a correlation coefficient value (r) of 0.779 which will then be used to find out the value of the coefficient of determination ($r^2 = R$). So the coefficient value is $0.779^2 = 0.606841$. Thus the Instagram account @Aslisuroboyo has an effectiveness of 60.68% in meeting the information needs of FDK UIN Sunan Ampel Surabaya students regarding culinary tourism.

Keywords: Instagram, @Aslisuroboyo, Information Needs

الملخص

يمكن Instagramaslisuroboyo تناقش هذه الدراسة ما إذا كان حساب القول أنه فعال بما يكفي لتلبية احتياجات معلومات سياحة الطهي لطلاب FDK UIN Sunan Ampel Surabaya. تم إجراء هذا البحث لتحديد على aslisuroboyo مستوى فعالية حساب وسائل التواصل الاجتماعي Instagram في تلبية الحاجة إلى معلومات سياحة الطهي لطلاب FDK في جامعة ولاية سونان أمبل الإسلامية في سورابايا. الطريقة المستخدمة للحصول على البيانات هي طريقة كمية مع تقنيات التحليل الخطي البسيطة. النتائج التي تم الحصول عليها هي من نتائج معالجة بيانات اختبار الارتباط والتي سيتم استخدامها لمعرفة قيمة معامل $r = 0.779$ بقيمة معامل الارتباط $r^2 = R$. إذن ، قيمة المعامل هي $0.606841 = 0.779^2$. $r^2 = R$ التحديد له فعالية بنسبة Instagram على Aslisuroboyo وبالتالي ، فإن حساب FDK UIN Sunan Ampel Surabaya 60.68 ٪ في تلبية احتياجات المعلومات لطلاب. فيما يتعلق بسياحة الطهي UIN Sunan Ampel Surabaya ، احتياجات Aslisuroboyo ، Instagram :الكلمات الرئيسية المعلومات

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	1
MOTTO	iii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Operasional.....	9
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	16
A. Penelitian Terdahulu.....	16
B. Kajian Pustaka	23
C. Kajian Teori.....	31
D. Media Sosial Menurut Islam	35
E. Paradigma Penelitian.....	37
F. Hipotesis Penelitian.....	39

BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Obyek Penelitian	42
C. Populasi, Sampel.....	42
D. Teknik Sampling	45
E. Variabel dan Indikator Penelitian	46
F. Tahap Penelitian.....	49
G. Teknik Pengumpulan Data.....	52
H. Teknik Realibilitas dan Validitas.....	53
I. Teknik Analisis Data	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN	
PEMBAHASAN	63
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
B. Penyajian Data.....	66
C. Pembahasan Hasil Penelitian	105
BAB V PENUTUP.....	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran dan Rekomendasi	115

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	35
Tabel 2.2 Paradigma Penelitian.....	39
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa.....	43
Tabel 3.2 Indikator Penelitian	47
Tabel 3.3 Nilai Jawaban	53
Tabel 3.4 Kisi-kisi Pertanyaan.....	55
Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	62
Tabel 4.1 Sampel Tiap Program Studi.....	66
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	67
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4.4 Tingkat Realibilitas Cronbach Alpha ..	70
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas	71
Tabel 4.6 Jawaban Butir Soal 1	71
Tabel 4.7 Jawaban Butir Soal 2	72
Tabel 4.8 Jawaban Butir Soal 3	73
Tabel 4.9 Jawaban Butir Soal 4	74
Tabel 4.10 Jawaban Butir Soal 5	75
Tabel 4.11 Jawaban Butir Soal 6	76
Tabel 4.12 Jawaban Butir Soal 7	77
Tabel 4.13 Jawaban Butir Soal 8	78

Tabel 4.14 Jawaban Butir Soal 9	79
Tabel 4.15 Jawaban Butir Soal 10	80
Tabel 4.16 Jawaban Butir Soal 11	81
Tabel 4.17 Jawaban Butir Soal 12	82
Tabel 4.18 Jawaban Butir Soal 13	83
Tabel 4.19 Jawaban Butir Soal 14	84
Tabel 4.20 Jawaban Butir Soal 15	85
Tabel 4.21 Jawaban Butir Soal 16	86
Tabel 4.22 Jawaban Butir Soal 17	87
Tabel 4.23 Jawaban Butir Soal 18	88
Tabel 4.24 Jawaban Butir Soal 19	89
Tabel 4.25 Jawaban Butir Soal 20	90
Tabel 4.26 Jawaban Butir Soal 21	91
Tabel 4.27 Jawaban Butir Soal 22	92
Tabel 4.28 Jawaban Butir Soal 23	93
Tabel 4.29 Jawaban Butir Soal 24	94
Tabel 4.30 Data Kuesioner Variabel X	95
Tabel 4.31 Data Kuesioner Variabel Y	97
Tabel 4.32 Uji Normalitas	101
Tabel 4.33 Uji Normalitas	101
Tabel 4.34 Uji Linearitas	102

Tabel 4.35 Uji Correlation 104



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Beranda Akun Instagram @Aslisuroboyo	64
Gambar 4.2 Postingan @Aslisuroboyo	65
Gambar 4.3 Caption	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	111
-------------------------	------------

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam beraktivitas sehari-hari, manusia juga membutuhkan informasi. Teknologi informasi adalah inovasi terbaru sistem informasi yang di dalamnya terdiri dari teknologi computer dan telekomunikasi. Diciptakannya sebuah teknologi informasi memiliki tujuan untuk dijadikannya sarana oleh manusia dalam mencari suatu informasi. Hal ini dapat dilihat di zaman sekarang yang mana manusia begitu mudah mendapatkan informasi disebabkan adanya teknologi informasi yang berkembang dengan cepat. Informasi yang dicari bisa ditemui hanya dengan menggunakan sebuah perangkat seperti handphone dan komputer.¹

Kemajuan perangkat komunikasi dan informasi menyebabkan munculnya banyak ragam perangkat komunikasi dan informasi yang disuguhkan kepada masyarakat. Beragamnya perangkat yang bermunculan menjadikan masyarakat untuk memutuskan perangkat apa yang menurutnya sesuai untuk melakukan proses komunikasi salah satunya yaitu media sosial.²

¹ Siti Nurbaiti Fauziyyah Nofha Rina, "Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1, (Februari 2020), 14.

² Novi Herlina, Evawani Elysa Lubis, and M Si, "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media

Penggunaan media sosial mengandung beberapa hal yaitu; context yaitu penjabaran mengenai penyampaian pesan dengan baik, communication yaitu penjabaran mengenai bagaimana komunikasi atau pembaca bisa merasakan nyaman ketika mendapatkan suatu informasi, collaboration yaitu penjabaran mengenai antar pengguna akan terjadi perilaku kerja sama, dan connection yaitu penjabaran mengenai cara agar proses interaksi dapat berjalan dengan efektif.³

Masyarakat menggunakan media massa online salah satunya media sosial sebagai media komunikasi utama dikarenakan media sosial dapat menjangkau lebih banyak masyarakat dalam menyebarkan informasi. Pada tahun 2020, jumlah pemakai internet sebanyak 175,5 juta yang mana jumlah tersebut mengingkat 25 juta dari pemakai internet pada tahun 2019. Data ini membuktikan bahwa penggunaan internet lebih unggul daripada penggunaan media yang lain. Oleh sebab itu, media seperti radio dan televisi penggunaannya mulai berkurang. Internet lebih umum digunakan oleh masyarakat saat ini untuk memperoleh informasi atau hiburan.⁴ Saat ini terdapat lebih

Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat,” *JOM FISIP Vol. 4 No. 2*, (Oktober 2017), 2.

³ Nadya Nirmala Putri, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Infomasi Followers,” *Communication Management* 2, no. 2, (2022), 5.

⁴ Dwiyan Mayangsari, “The Effectiveness of University Instagram Account as Information Media for Students,” *Advances in Social*

dari 10 media sosial yang sering diakses di seluruh dunia salah satunya yaitu Instagram.

Di media sosial Instagram ini, pengguna dapat berbagi foto dan video, sehingga menjadikan Instagram sebagai platform media sosial yang populer. Saat ini, Instagram tidak hanya bisa untuk membagikan video dan foto saja, namun penggunanya juga menggunakannya untuk membagikan berita sehingga masyarakat tidak harus memasuki website untuk melihat berita karena semua berita yang sedang dicari sudah terhimpun di Instagram.⁵ Orang yang menggunakan Instagram dapat berbagi informasi dengan pengguna lain. Misalnya, seorang pengguna dapat mengikuti akun Instagram yang memposting informasi tentang tempat wisata kuliner di kota tertentu.

Efektivitas dalam proses berkomunikasi adalah salah satu proses yang penting bagi setiap individu. Setiap hari manusia tidak bisa jauh dari berkomunikasi, baik itu komunikasi interpersonal, dengan individu lain, kelompok, ataupun komunikasi di dalam media sosial. Dengan pentingnya komunikasi dalam setiap kehidupan manusia dalam menjalani kesehariannya, maka dibutuhkan keefektifan dalam proses

Science, Education and Humanities Research, volume 596, (November 2021), 4.

⁵ Siti Nurbaiti Fauziyyah Nofha Rina, "Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1, (Februari 2020), 13-24.

komunikasi.⁶ Komunikasi dapat menjadi efektif jika komunikan mengalami tiga faktor, yaitu; internalisasi, identifikasi diri, dan ketundukan. Proses internalisasi yang dialami oleh komunikan bisa terjadi apabila informasi yang disampaikan mempunyai sifat rasional sehingga dapat diterima, sehingga komunikan bisa mengambil manfaat dari informasi tersebut. Proses internalisasi dapat diterima komunikan jika komunikator yang memberikan informasi mempunyai kredibilitas yang baik. Sedangkan proses identifikasi terjadi apabila komunikan merasa puas dengan informasi yang disampaikan oleh komunikator. Adapun ketundukan yaitu terjadi apabila komunikan merasa bahwa ia terhindar dari hal yang tidak menyenangkan apabila memanfaatkan informasi dari komunikator.⁷ Selanjutnya Tubbs dan Moss menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif dapat memahamkan komunikan, berpengaruh kepada sikap, hubungan masyarakat, dan menjadi baiknya perilaku.⁸

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁶ Muhammad Raditya Anugera and Dedi Kurnia Syah Putra, “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks Pada Followers Di Jawa Barat,” *e-Proceeding of Management Vol 8 no. 3*, (Juni 2021), 8.

⁷ Fransisca Asteria Nandra Febiola and Saifuddin Zuhri, “Efektivitas Akun Instagram @Suarasurabayamedia Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Followers Dari Kota Surabaya,” *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis Volume 7 - No. 1*, (Oktober 2021), 18.

⁸ Dhea Rizka Ramadhana and Ruth Mei Ulina Malau, “Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Soalpalu Terhadap Kebutuhan

Adanya Instagram dimanfaatkan oleh admin @Aslisuroboyo untuk menyebarkan informasi. Akun Instagram @Aslisuroboyo merupakan akun yang letak kantornya di jalan Embong Sawo nomer 16 Surabaya yang sudah bergabung di media sosial Instagram sejak April 2012. Pemegang akun sekaligus talent @Aslisuroboyo bernama Femalda Adevia Malik. Kontennya berisi mengenai informasi-informasi yang ada di Surabaya seperti acara-acara, berita sepak bola, wisata makanan, promo-promo dari suatu acara, dan lain sebagainya. Per tanggal 4 November 2022, akun Instagram @Aslisuroboyo mempunyai pengikut sebanyak 1,1juta orang dan mempunyai 14ribu postingan.⁹ Caption yang ada di dalam setiap postingan akun media sosial Instagram @Aslisuroboyo menggunakan Bahasa Jawa khas Surabaya sehingga memberikan keunikan tersendiri bagi pengikutnya dan seolah-olah admin dan pengikut sedang berinteraksi secara langsung. Pengikut akun ini tidak hanya dari Surabaya, tetapi juga dari luar kota, di mana mereka mencari informasi tentang tempat wisata kuliner dan informasi lainnya di Surabaya. Sebab itu, diadakannya penelitian ini tujuannya yaitu untuk mengkaji ukuran dari efektifnya akun Instagram @Aslisuroboyo dalam memberikan

Informasi Masyarakat Kota Palu,” *e-Proceeding of Management : Vol.8, No. 5* (Oktober 2021), 13.

⁹ Sherlin Audina, Meithiana Indrasari, and Eko Pamuji, “Pengunaan Instagram @aslisuroboyo Informasi Masyarakat Surabaya” 3 (2023).

informasi wisata kuliner untuk memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa FDK Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

B. Rumusan Masalah

Tujuan penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan berdasarkan identifikasi masalah di atas, yaitu:

1. Apakah akun Instagram @aslisuroboyo cukup efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya?
2. Jika ada, seberapa efektif akun Instagram @aslisuroboyo dalam membantu mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya untuk mendapatkan informasi seputar wisata kuliner?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berikut dapat diturunkan dari hasil rumusan masalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan ada atau tidaknya efektivitas akun Instagram @aslisuroboyo dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner bagi mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
2. Untuk menjelaskan tingkat keefektifan akun instagram @aslisuroboyo dalam memenuhi kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Setelah mendapatkan data dan merancang sebuah kesimpulan dari kadar efektifnya akun Instagram @aslisuroboyo dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Akun Instagram @Aslisuroboyo diharapkan dengan konstisten dapat membantu memenuhi kebutuhan informasi khalayak.

Karena media dan informasi masuk pada ranah Ilmu Komunikasi, maka diharapkan kedepannya penelitian ini bisa dijadikan rujukan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terutama tentang efektifias akun Instagram untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat sehingga bisa memajukan program studi Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Setelah mendapatkan data yang diinginkan hingga ditarik sebuah kesimpulan, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk masyarakat khususnya mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk mengetahui bahwa aplikasi Instagram sangatlah efektif untuk mengetahui sebuah informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

E. Definisi Operasional

Peneliti memberikan judul pada penelitian ini yaitu “Efektivitas Akun Instagram @Aslisuroboyo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya”. Adapun definisi operasionalnya ialah:

1. Efektivitas

Susilo Martoyo menjelaskan bahwa Efektivitas kondisi di mana seseorang sedang mengambil keputusan yang akan diraih ataupun media yang akan digunakan yang diiringi dengan *ability* yang memadai sehingga sesuatu yang diharapkan dapat diraih dengan nilai sempurna.¹⁰

Ditinjau secara umum, komunikasi yang efektif merupakan komunikasi yang dapat menyampaikan sebuah informasi yang ingin dikomunikasikan dengan nilai yang sama antara komunikator dan komunikan.¹¹

Karena efektivitas dalam komunikasi adalah suatu penunjang komunikasi, baik antar pribadi maupun antar individu, kelompok dan massa, maka efektifitas komunikasi menjadi perhatian manusia..

¹⁰ Siti Nurbaiti Fauziyyah Nofha Rina, “Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers,” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1, (Februari 2020), 13-24.

¹¹ Dadang Sugiana dan Dkk, “*Komunikasi Dalam Media Digital*” (Yogyakarta: Buku Litera, 2019), 33.

Selanjutnya Tubbs dan Moss menjelaskan bahwa keefektifan berkomunikasi dapat memahamkan komunikan, berpengaruh kepada sikap, hubungan masyarakat, dan menjadi baiknya perilaku.¹²

Kesimpulannya yaitu dikatakan efektif jika keinginan dapat diraih secara memuaskan. Begitu juga dalam berkomunikasi di dalam media sosial dapat berjalan efektif apabila informasi yang dikirim dapat dijangkau dan dipahami oleh lawan bicara.

Dalam hal ini, keefektifan yang dimaksud yaitu bagaimana akun Instagram @aslisuroboyo memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk membagikan informasi mengenai kota Surabaya guna untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat kota Surabaya.

2. Media Sosial Instagram @Aslisuroboyo

Secara definitif, media sosial diartikan sebagai media online yang memanfaatkan jejaring internet guna menduduki interaksi sosial.¹³ Menurut Halonen media sosial adalah seperangkat interaksi yang mana sejumlah orang saling berbagi pikiran dan

¹² Dhea Rizka Ramadhana and Ruth Mei Ulina Malau, "Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Soalpalu Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Palu," *e-Proceeding of Management : Vol.8, No. 5* (Oktober 2021), 13.

¹³ Wahyudi, "*Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Gerakan Sosial*", (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2021), 53.

informasi melalui internet sehingga tercipta semacam komunitas virtual. Pengertian media sosial sendiri tidak selalu tepat dikarenakan media sosial di dalam penggunaannya selalu berbeda sehingga perkembangan media sosial selalu berjalan terus. Gini Dietrich menerangkan mengenai media sosial merupakan metode untuk mendapatkan suatu informasi dan menghubungi teman dari dengan cara lama seperti membaca koran dan datang ke rumah teman berubah ke cara yang baru yaitu menggunakan jaringan sosial untuk menemui orang lain dengan tujuan yang sama.

Media sosial yang paling sering diakses oleh khalayak yaitu Instagram. Instagram dapat berjalan di iOS, Android, dan Windows Phone. Media ini penggunanya dapat mengubah dan menyebarkan video dan foto serta bisa memanfaatkan fitur lain dari Instagram yaitu comment, love, share, dan direct message. Selain itu, menurut Atmoko, Instagram juga memiliki beberapa fitur untuk memperindah dan memperbagus sebuah foto sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kreatifitas dan inspirasi penggunaannya.¹⁴

Kesimpulannya yaitu media sosial merupakan sarana untuk berkomunikasi atau saling berbagi pesan melualui internet.

¹⁴ Muhamat Roni and Reni Nuraeni, "Efektivitas Akun Instagram @Bukittinggiku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *e-Proceeding of Management Vol 8 no. 3*, (Juni 2021), 3.

Sekarang ini, Instagram merupakan salah satu media sosial yang sedang sering diakses, yang mana penggunaanya tidak hanya membagikan foto dan video saja, tetapi juga dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya menggunakan fitur comment dan direct message.

Di dalam penelitian ini, admin akun Instagram @Aslisuroboyo memanfaatkan seluruh fitur Instagram untuk menyebarkan informasi mengenai Surabaya kepada pengikutnya. Adanya media sosial Instagram dimanfaatkan oleh admin @Aslisuroboyo untuk memposting berita di Surabaya. Akun Instagram @Aslisuroboyo merupakan akun yang letak kantornya di jalan Embong Sawo nomer 16 Surabaya yang kontennya berisi mengenai informasi-informasi yang ada di Surabaya seperti acara-acara, berita sepak bola, wisata makanan, promo-promo dari suatu jualan, dan lain sebagainya. yang sudah bergabung di media sosial Instagram sejak April 2012. Per tanggal 4 November 2022, akun Instagram @Aslisuroboyo mempunyai pengikut sebanyak 1,1juta orang. Admin @Aslisuroboyo melakukan interaksi dengan pengikutnya menggunakan Bahasa Jawa khas Surabaya baik di caption sebuah postingan ataupun di video menggunakan voice over untuk mendeskripsikan apa yang ada di dalam video.

3. Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi menurut Wilson yaitu kebutuhan yang ada pada diri manusia karena ada dorongan untuk memahami lingkungan sekitar, mengetahui, dan menjelaskan suatu hal, yang dimulai dari pertanyaan lalu mencari jawabannya. Manusia tidaklah bisa menghindari kebutuhan akan informasi karena semakin mengingkat kehidupannya, maka semakin meningkat pula nilai keinginan untuk mendapatkan informasi. Berbagai informasi yang ada dapat meningkatkan taraf hidup manusia, maka inilah yang disebut manusia informasi karena manusia pada tingkat ini standar hidup, pendidikan, hingga pekerjaan dari setiap generasi dipengaruhi oleh informasi yang ada.¹⁵

Kesimpulannya yaitu Manusia dalam kesehariannya sangat membutuhkan informasi. Di dalam penelitian ini, mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel melihat akun instagram @Aslisuroboyo bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi wisata kuliner di kota Surabaya.

¹⁵ Ahmad Fahri Ramadhan, Muhammad Ramdhani, and Wahyu Utamidewi, "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z," *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 6, no. 1 (January 11, 2022), 2823, diakses September 27 2022 dari <http://ejournal.mandalanursa.org>

4. Wisata Kuliner Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Dakwa UIN Sunan Ampel Surabaya

Wisata kuliner menurut Wolf tidak lah harus berhubungan dengan kemewahan dan eksklusif, tidak juga restoran yang memiliki kemewahan ataupun lengkapnya macam makanan dan minuman di dalam menu, tetapi wisata kuliner ditekankan kepada pengalaman yang didapatkan oleh pengunjung. Suwanto menjelaskan bahwa salah satu karakteristik dari produk wisata kuliner yaitu produk tersebut tidak dapat berpindah tempat sehingga jika wisatawan ingin mencoba produk tersebut maka wisatawan harus datang ke lokasi.¹⁶

Kesimpulannya yaitu wisata kuliner mempunyai penekanan kepada pengalaman yang didapatkan oleh pengunjung. Dalam penelitian ini pengikut akun Instagram @Aslisuroboyo membutuhkan informasi wisata kuliner di kota Surabaya untuk mencari pengalaman selama berada di tempat wisata.

F. Sistematika Pembahasan

Peneliti telah merumuskan sistem penulisan untuk memudahkan penulisan skripsi. Berikut urutan penelitiannya;

¹⁶ Amad Saeroji and Deria Adi Wijaya, "Pemetaan Wisata Kuliner Khas Kota Surakarta," *Jurnal Pariwisata Terapan 1*, no. 2, (Maret 2017), 14.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini di dalamnya peneliti merangkai beberapa hal yaitu; latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, definisi operatif dan sistem pembahasan.

BAB II: KAJIAN TEORITIK

Pada Bab ini, peneliti menerangkan kajian pustaka, teori yang dikaji, kerangka pikir penelitian, dan studi jurnal terdahulu.

BAB III: METODE PENELITIAN

Peneliti menjelaskan dalam bab ini yaitu metode penelitian yang digunakan. Metode tersebut meliputi metode, lokasi, populasi dan sampel, serta teknik pengambilan sampel; variabel dan indikator; tahapan penelitian; teknik pengumpulan dan validitas data; dan alat penelitian dan analisis.

Bab IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini didalamnya menerangkan beberapa hal yaitu; subjek penelitian, menyajikan data, menguji hipotesis dan membahas hasil penelitian.

Bab V: PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan kesimpulan hasil penelitian, saran untuk akun @Aslisuroboyo dan peneliti.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti menjadikan studi penelitian yang telah diteliti sebagai salah rujukan dalam penelitian ini sehingga peneliti dapat menambah teori untuk memperlancar dalam proses penelitian. Studi penelitian berikut ini yang selaras dengan penelitian ini:

Pertama. Jurnal yang ditulis oleh Nofa Herlina pada tahun 2020 yang berjudul Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers¹⁷

Literatur ini bertujuan untuk mengukur kadar efektivitas dari akun media sosial Instagram @infobandungraya untuk memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Peneliti mengambil populasi dalam literature ini yaitu pengikut dari akun Instagram @infobandungraya. Peneliti menggunakan teknik non-probability sampling untuk menentukan sampel penelitian sebanyak 100 orang dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi beberapa hipotesis yang akan diuji. Peneliti juga menggunakan metode Survey yaitu dengan menyebarkan link kuisisioner kepada masyarakat

¹⁷ Nofha Rina, "Literasi Media Digital," *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume III, No. 1*, (Februari 2020): 13-24.

yang mengikuti akun Instagram @infobandungraya melalui fitur dari Instagram yaitu fitur pesan langsung. Dalam literatur ini disimpulkan bahwa akun Instagram @infobandungraya memiliki keefektivan sebesar 55,95% dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikut akun Instagram @infobandungraya yang juga didukung oleh beberapa hal seperti kebenaran berita, berita yang dapat dipahami, dan menyuguhkan informasi yang sedang dibutuhkan oleh pengikut akun Instagram @infobandungraya.

Kesamaan yaitu baik jurnal maupun studi yang diteliti berbasis Instagram dan menggunakan metode kuantitatif.

Adapun perbedaan yang nampak yaitu pada akun yang diteliti. Jurnal ini mengkaji akun @infobandungraya, maka penelitian ini mengkaji akun @aslisuroboyo, dan menggunakan Teori Kebutuhan Informasi, kemudian digunakan Teori Pemanfaatan dan Kepuasan dalam penelitian.

Kedua. Jurnal yang ditulis oleh Nadia Ayu Puspita dan Nuriyati Samatan pada tahun 2022 dengan judul Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi.¹⁸

Literatur ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengukur kadar keefektivan akun Instagram @detikcom untuk memenuhi kebutuhan informasi

¹⁸ Nadia Ayu Puspita, “Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi,” *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema* 4, no. 2, (Maret 2022): 112–117.

followers. Subjek dalam penelitian ini yaitu pengikut aktif akun Instagram @detikcom dan dijadikan responden sebanyak 385 orang yang mewakili dari seluruh populasi penelitian. Di dalam jurnal ini, penelitiannya menggunakan metode angka atau kuantitatif yang disambungkan dengan paradigme positivistik serta metode survey. Hasil dari jurnal ini menyimpulkan bahwa adanya pengaruh efektivitas yang signifikan akun Instagram @detikcom dalam pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya dengan koefisien variable efektivitas sebesar 0,0786 dengan rentang nilai 0,60 sampai 0,799 dan variable penggunaan media sosial sebesar 0,819 dengan rentang nilai 0,80 sampai 1,000. Untuk uji F hasilnya yaitu F hitung lebih dari F tabel= 500,434 lebih dari 0,004 dengan nilai signifikansi 0.00 kurang dari 0.05.

Kesamaan yaitu baik jurnal maupun studi yang diteliti mengkaji sebuah akun Instagram dan diteliti menggunakan cara kuantitatif, dan merujuk kepada teori efektivitas dan teori uses and gratification.

Adapun perbedaan yang nampak yaitu pada akun yang diteliti, jika jurnal ini meneliti akun @detikcom, maka penelitian ini akan melakukan penelitian terhadap akun @aslisuroboyo.

Ketiga. Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Raditya Anugera dan Dedi Kurnia Syah Putra pada tahun 2021 yang berjudul Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan

Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks Pada Followers di Jawa Barat.¹⁹

Jurnal ini memiliki tujuan yaitu untuk menilai kadar keefektivitan penggunaan media sosial Instagram @jabarsaberhoaks dalam rangka pemenuhan kebutuhan informasi mengenai palsunya berita-berita pada pengikut akun Instagram @jabarsaberhoaks di Jawa Barat. Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kuantitatif deskriptif. Populasi yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu pengikut akun Instagram @jabarsaberhoaks. Sampel yang diambil oleh peneliti yaitu berjumlah 385 responden dengan menggunakan teknik non-probabilty sampling dan rumus Bernoulli. Jurnal ini kesimpulannya adalah nilai keefektivitan akun Instagram @jabarsaberhoaks untuk memenuhi kebutuhan infromasi tentang hoaks pada pengikut akun Instagram @jabarsaberhoaks sebesar 77,3%.

Kesamaan yaitu baik jurnal maupun studi yang diteliti mengkaji sebuah akun Instagram dan menggunakan metode kuantitatif.

Adapun perbedaan yang nampak yaitu pada akun yang diteliti. jika jurnal ini meneliti akun @jabarsaberhoaks, maka penelitian ini meneliti akun @aslisuroboyo dan menggunakan teori yang berbeda yaitu teori kebutuhan terhadap informasi,

¹⁹ Muhammad Raditya Anugera and Dedi Kurnia Syah Putra, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks Pada Followers Di Jawa Barat," *e-Proceeding of Management Vol 8 no. 3*, (Juni 2021): 8.

maka penelitian ini menggunakan teori uses and gratification.

Keempat. Jurnal yang berjudul Pengaruh Penggunaan Instagram @Kemenparekraf.Ri Terhadap Tingkat Pemahaman Isi Pesan Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Masa Pandemi Covid-19 ditulis oleh Sofian dan Elly Yuliawati pada tahun 2022.²⁰

Jurnal ini bertujuan untuk mengambil kesimpulan apakah ada atau tidak pengaruh akun Instagram @kemenparekraf.ri terhadap seluruh pengikutnya untuk memenuhi kebutuhan informasinya di masa pandemic COVID-19. Metode kuantitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode survey. Sampling yang diambil dari populasi yaitu sejumlah 400 responden dari pengikut akun Instagram @kemenparekraf.ri. Hasil dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang baik dari para pengikut akun Instagram @kemenparekraf.ri dan ada hubungan kuat antara variable penggunaan sosial media Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengikut akun Instagram @kemenparekraf.ri.

Kesamaan yaitu baik jurnal maupun studi yang diteliti mengkaji sebuah akun Instagram dan menggunakan metode kuantitatif, dan merujuk pada teori uses and gratification.

²⁰ Sofian Sofian and Elly Yuliawati, "Pengaruh Penggunaan Instagram @Kemenparekraf.ri terhadap Tingkat Pemahaman Isi Pesan dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Komunikasi dan Media 2*, no. 2, (2022): 129–138.

Adapun perbedaan yang nampak yaitu pada akun yang diteliti. jika jurnal ini meneliti akun @kemenparekraf.ri, maka penelitian ini akan melakukan penelitian terhadap akun @aslisuroboyo.

Kelima. Jurnal yang ditulis oleh Faisa Nugra Arifin pada tahun 2015 yang berjudul Efektivitas Akun Instagram @Filmnasional dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.²¹

Jurnal ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengukur kadar keefektivitan dari sebuah akun media sosial Instagram @filmnasional terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut akun Instagram @filmnasional. Populasi yang diambil oleh dalam jurnal ini yaitu masyarakat yang mengikuti akun Instagram @filmnasional. Sampel yang diambil oleh peneliti yaitu berjumlah 392 responden dengan menggunakan teknik non-probabilty sampling. Peneliti di dalam jurnal ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah akun Instagram @filmnasional memiliki efektivitas yang tinggi dengan nilai keseluruhan 76,44%. Dari hasil Pengelolaan tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya keefektivitan pada akun instagram @filmnasional terhadap pemenuhan kebutuhan pada pengikut akun Instagram @filmnasional.

²¹ Faisa Nugra Arifin, “Efektivitas Akun Instagram @Filmnasional Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers,” *e-Proceeding of Management Vol.2, No.3* (Desember 2015): 6.

Kesamaan yaitu baik jurnal maupun studi yang diteliti mengkaji sebuah akun Instagram dan menggunakan metode kuantitatif.

Adapun perbedaan yang nampak yaitu pada akun yang diteliti. jika jurnal ini meneliti akun @filmnasiona, maka penelitian ini meneliti akun @aslisuroboyo dan menggunakan teori yang berbeda yaitu teori kebutuhan terhadap informasi, maka penelitian ini menggunakan teori uses and gratification.

Ketuju. Jurnal yang ditulis oleh Yoga Maulana Putra yang berjudul Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @Ta_Feb).²²

Jurnal ini bertujuan untuk mengukur kadar hal-hal yang mempengaruhi keefektifan dalam penggunaan media sosial Twitter @ta_feb yaitu Konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikut akun Instagram @ta_feb. Peneliti di dalam jurnal ini menggunakan metode kuantitatif untuk mendapatkan data. Sampel yang akan dijadikan data primer oleh peneliti yaitu berjumlah 330 responden. Penelitian ini menyimpulkan bahwa elemen – elemen penggunaan media sosial Twitter @ta_feb yaitu konteks, komunikasi, kolaborasi dan koneksi mempunyai efektivitas sebesar 56,7%

²² Yoga Maulana Putra, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @Ta_Feb),” *e-Proceeding of Management Vol.2, No.1*, (April 2015): 8.

dalam rangka pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut akun Instagram @ta_feb. Adapun 43,3% dipengaruhi oleh hal-hal lain yang tidak dijadikan focus dalam penelitian ini.

Kesamaan Kesamaan jurnal ini dengan peneliti yang akan diteliti yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif.

Sedangkan perbedaannya yaitu basis media sosial yang dikaji di dalam jurnal ini yaitu twitter dengan akun @ta_feb sedangkan basis media sosial yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu Instagram dengan akun @aslisuroboyo dan teori kebutuhan informasi yang dijadikan rujukan oleh jurnal ini yaitu teori kebutuhan informasi dari Syaffril sementara penelitian ini mengambil rujukan teori uses and gratification.

B. Kajian Pustaka

1. Efektivitas

Kata “efektivitas” berasal dari kata “efektif” yang berarti tujuan telah tercapai. Efektivitas tergantung pada hasil yang diinginkan dan dicapai. Prihartono menjelaskan mengenai efektivitas bahwasanya efektivitas adalah seberapa jauh kesuksesan dalam mencapai sebuah keinginan. Maksud dari keinginan yaitu sebagai keadaan atau kondisi yang diharapkan.²³

²³ Andini Nur Bahri, “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Republikaonline Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Generasi Milenial Muslim,” *Skripsi, Program Komunikasi Dan*

Efektivitas dalam proses komunikasi merupakan hal yang penting bagi manusia karena di dalam kehidupan manusia tidak mungkin tidak jauh dari proses komunikasi, baik komunikasi dengan diri sendiri, antar individu, antar kelompok, dan komunikasi melalui media massa. Tubbs dan Moss menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif dapat memahamkan komunikan, berpengaruh kepada sikap, hubungan masyarakat, dan menjadi baiknya perilaku.²⁴

Melihat teori efektivitas adalah bagian dari komponen komunikatif, Kelman berpendapat bahwa suatu komunikasi dapat efektif bila komunikator memenuhi tiga faktor:

a) Internalisasi

Proses internalisasi yang dialami oleh komunikan bisa terjadi apabila informasi yang disampaikan mempunyai sifat rasional sehingga dapat diterima, sehingga komunikan bisa mengambil manfaat dari informasi tersebut. Proses internalisasi dapat diterima komunikan jika komunikator yang memberikan informasi mempunyai kredibilitas yang baik. Sedangkan

Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Medan Sumatera Utara (2021), 7.

²⁴ Dhea Rizka Ramadhana and Ruth Mei Ulina Malau, "Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Soalpalu Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Palu," *e-Proceeding of Management : Vol.8, No. 5 (2021): 13.*

b) Identifikasi

Proses identifikasi terjadi apabila komunikan merasa puas dengan informasi yang disampaikan oleh komunikator.

c) Ketundukan

Ketundukan yaitu terjadi apabila komunikan merasa bahwa ia terhindar dari hal yang tidak menyenangkan apabila memanfaatkan informasi dari komunikator.²⁵

Penelitian ini tujuannya yaitu menunjukkan hasil seberapa efektif akun Instagram @Aslisuroboyo untuk menyebarkan informasi seputar wisata kuliner di Surabaya kepada *follower*.

2. Indikator efektivitas

Peneliti menggunakan ukuran efektivitas terhadap penggunaan suatu media sosial dengan teori yang dijadikan sebuah rujukan yaitu teori yang dicetus oleh Andre Hardjana, yang menyatakan bahwa efektivitas penggunaan media dapat diukur dengan indikator-indikator berikut:²⁶

a) Penerima

²⁵ Febiola and Zuhri, "Efektivitas Akun Instagram @suarasurabayamedia dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Followers dari Kota Surabaya."

²⁶ Nopianah, "Efektivitas Komunikasi Website Tripriau.Com Sebagai Media Informasi Pariwisata Bagi Komunitas My Trip My Adventure Regional Provinsi Riau," *JOM FISIP* 6 (2019).

Isi pesan diterima sesuai dengan yang dimaksudkan oleh media sosial yang memberikan pesan.

b) Isi pesan

isi pesan dari suatu media sosial harus akurat, lengkap, sesuai fakta, ringkas namun mudah dimengerti.

c) Kredibilitas

Media sosial memiliki sumber yang kredibilitas dalam penyebaran informasi tersebut sehingga dapat dipercaya oleh khalayak.

d) Ketepatan waktu

Media sosial menyebarkan informasi kepada khalayak tepat pada waktunya.

3. Media Sosial

a) Pengertian Media Sosial

Menurut Halonen media sosial adalah seperangkat interaksi yang mana sejumlah orang saling berbagi pikiran dan informasi melalui internet sehingga tercipta semacam komunitas virtual. Pengertian media sosial sendiri tidak selalu tepat dikarenakan media sosial di dalam penggunaannya selalu berbeda sehingga perkembangan media sosial selalu bergerak terus. Gini Dietrich menerangkan bahwa media sosial merupakan cara kita untuk mendapatkan suatu informasi dan menghubungi teman dengan cara lama seperti membaca koran dan datang ke rumah teman berubah ke cara

yang baru yaitu menggunakan jaringan sosial untuk berbicara dengan sesama.

Chris Heuer berpendapat bahwa media sosial terdapat 4C dalam penggunaannya, yaitu;

1. Context yaitu bagaimana kita merangkai sebuah pesan untuk diberikan kepada publik.
2. Communication yaitu mempraktekkan pembagian pesan serta mendengar dan menanggapi pesan kepada publik.
3. Collaboration Kolaborasi, yaitu kerja sama antara komunikator dan komunikan untuk menyebarkan pesan yang beredar dengan cepat dan mempersingkat waktu.
4. Connection yaitu adanya interaksi antara komunikator dan komunikan.²⁷

b) Karakteristik Media Sosial

Menurut Hadi Purnama, media sosial mempunyai karakteristik tertentu yaitu:

1. *Reach* (Jangkauan)
Media Sosial dapat menjangkau dengan luas, dari skala kecil hingga global.
2. *Accessibility* (Akseibilitas)

²⁷ Muhammad Raditya Anugera and Dedi Kurnia Syah Putra, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks Pada Followers Di Jawa Barat," *e-Proceeding of Management Vol 8 no. 3*, (2021): 8.

Pengguna dapat mengakses media sosial dengan mudah tanpa memerlukan biaya yang mahal.

3. *Usability* (Penggunaan)

Dalam penggunaannya, khalayak dengan mudah menggunakan media sosial tanpa mengikuti pelatihan khusus.

4. *Immediacy* (Aktualitas)

Pengguna dengan cepat merespon apa yang ada di media sosial.

5. *Permanence* (Permanen)

Media sosial mempunyai kemampuan untuk merubah komentar dengan cepat.²⁸

Instagram merupakan media sosial yang mempunyai karakteristik yang mirip dengan kareakteristik di atas. Media sosial Instagram dapat menjangkau khalayak luas dan mudah diakses tanpa memerlukan pelatihan khusus. Instagram juga dapat mempengaruhi respon penggunaanya dengan cepat. Penggunanya dapat leluasa berkomentar di setiap postingan.

²⁸ Ulliyah Azmiah, "Efektivitas Pertukaran Informasi Terhadap Kepuasan Followers Akun Twitter @Collegemenfess," *Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya* (November 2021): 33.

4. Pengertian Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi menurut Wilson yaitu kebutuhan yang ada pada diri manusia karena ada dorongan untuk memahami lingkungan sekitar, mengetahui, dan menjelaskan suatu hal, yang dimulai dari pertanyaan lalu mencari jawabannya. Manusia tidaklah bisa menghindari dari kebutuhan akan informasi karena semakin mengingkat kehidupannya, maka semakin meningkat pula keinginan untuk mendapatkan informasi. Berbagai informasi yang ada dapat meningkatkan taraf hidup manusia, maka inilah yang disebut manusia informasi karena manusia pada tingkat ini standar hidup, pendidikan, hingga pekerjaan dari setiap generasi dipengaruhi oleh informasi yang ada.²⁹

Data dan fakta merupakan hal yang dapat memperkuat suatu informasi sehingga dapat dipercaya kredibilitasnya. Masyarakat sangat membutuhkan informasi dalam kesehariannya untuk menunjang kegiatan-kegiatannya. Menurut Guha, kebutuhan terhadap informasi mempunyai beberapa jenis, yaitu: *Current need approach* yaitu metode yang bersifat kontemporer yang dilakukan oleh pengguna untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi; *Everyday need approach* yaitu metode yang bersifat spesifik dan cepat yang dilakukan oleh

²⁹ Ramadhan, Ramdhani, and Utamidewi, "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z.":

pengguna untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi; *Exhaustic need approach* yaitu metode yang dilakukan oleh pengguna untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi yang diamati dengan mendalam; dan *Catching-up need approach* yaitu metode yang dilakukan oleh pengguna untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi yang ringkas namun memuaskan.³⁰

Indikator dari kebutuhan informasi sebagai berikut:

1. Memberikan informasi yang dibutuhkan yaitu menyuguhkan suatu informasi yang bernilai manfaat dan memberi jawaban atas rasa ingin tau.
2. Adanya hiburan
Fungsi dari suatu media tidak hanya menyuguhkan suatu informasi saja, namun juga berfungsi menyuguhkan hiburan.
3. Mengikuti akun yang bersangkutan menjadi pengikut (followers) karena media menyuguhkan konten informasi yang menarik dan menimbulkan rasa senang.
4. Informasi yang diberikan dapat menjadi bahan pembicaraan dengan orang lain
Media menyuguhkan informasi yang mana informasi tersebut dapat dijadikan bahan bincangan bersama orang lain.

³⁰ Anugera and Putra, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks Pada Followers Di Jawa Barat.": 8.

5. Membaca informasi untuk mengisi waktu luang
Khalayak mengakses media untuk mencari tahu suatu informasi di waktu kosong untuk mengisi kepenatan dan menghilangkan stress.³¹

C. Kajian Teori

1. Teori Uses & Gratifications

a) Pengertian Teori *uses and gratification*

Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch mencetuskan Teori *uses and gratification* yang mana teori tersebut menjelaskan bagaimana khalayak membutuhkan media massa dalam rangka pemenuhan kebutuhan kesehariannya. Khalayak memutuskan sendiri media mana yang menurutnya mempunyai kredibilitas. Selanjutnya, khalayak juga secara langsung dapat memilih informasi apa yang mereka butuhkan.³²

Menurut teori uses and gratification, Khalayak jika kebutuhannya ingin

³¹ Shazrin Daniyah Khansa and K. Y.S. Putri, "Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca," *Jurnal InterAct* 10, no. 2 (January 23, 2022): 24–34, <https://doi.org/10.25170/interact.v10i2.3149>.

³² Sofian Sofian and Elly Yuliawati, "Pengaruh Penggunaan Instagram @Kemenparekraf.ri terhadap Tingkat Pemahaman Isi Pesan dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Komunikasi dan Media* 2, no. 2, (Mei 2022): 129–138.

tercapai, maka khalayak membuat rencana dalam pemakaian media sosial agar kebutuhannya tercapai. Adapun kebutuhannya menurut Effendy, yaitu:

a. Cognitive needs atau Kebutuhan kognitif

Kebutuhan kognitif mempunyai hubungan dengan pemahaman akan sebuah informasi. Hal ini dilandasi oleh keinginan untuk mengetahui dan menguasai lingkungan sehingga menyebabkan seseorang menjadi penasaran untuk menyelidiki informasi yang ada di lingkungan tersebut.

b. Affective needs atau Kebutuhan afektif

Kebutuhan akan keindahan, emosi, dan kesenangan dalam diri seseorang disebut sebagai kebutuhan afektif.

c. Personal integrative needs atau Kebutuhan integrasi pribadi

Kebutuhan ini memiliki kaitannya dengan kepercayaan, kestabilan dan status pribadi sehingga awal dari kebutuhan ini adalah adanya dorongan dari diri seseorang yang menyangkut dengan harga dirinya.

d. Social integrative needs atau Kebutuhan integrasi sosial

Kebutuhan integrasi sosial ini mempunyai hubungan dengan kehidupan sosial.

e. Escapist needs atau Kebutuhan pelarian

Kebutuhan melarikan diri ini bertujuan untuk menghindari atau mengurangi stres, ketegangan, dan pikiran yang mengganggu melalui pencarian hubungan.³³

b) Asumsi Dasar Teori Uses and Gratifications

Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch menerangkan apa saja asumsi dasar yang ada di dalam teori *Uses and Gratifications*, yaitu³⁴:

a. Dikatakan bahwa khalayak cukup terampil dan aktif menggunakan media sosial dan berkeinginan untuk menggunakannya.

b. Audiens memutuskan sendiri media mana yang dapat memenuhi kebutuhannya.

c. Untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, suatu media

³³ Khansa and Putri, "Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca."

³⁴ Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana and Satya Indra Karsa, "Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi 1*, no. 1, (2021): 23–29.

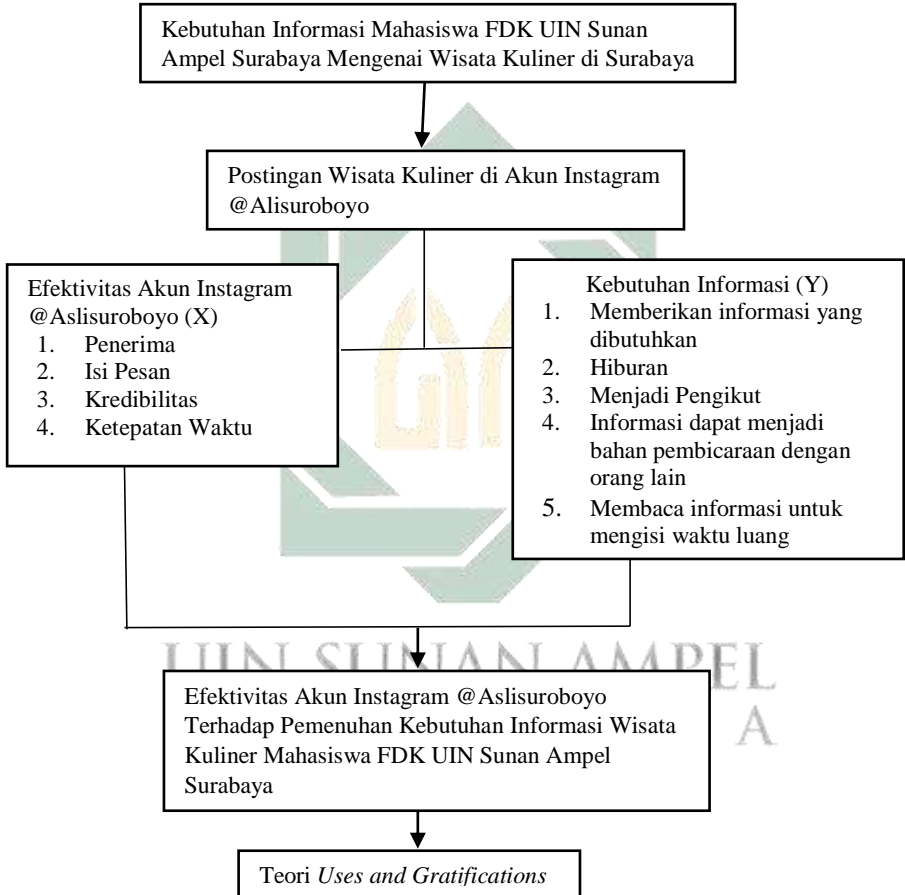
massa memiliki persaingan dengan media massa lainnya.

- d. Khalayak memiliki kesadaran atas alasannya untuk memilih media massa yang akan digunakan.
- e. Isi pesan media massa hanya dapat dinilai oleh khalayak.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Bagan 2.1 Kerangka Pikir Penelitian



D. Media Sosial Menurut Islam

Di zaman sekarang, Komunikasi yang awalnya hanya secara langsung, tetapi sekarang

juga dapat berkomunikasi di internet, termasuk media sosial. Di dalam media sosial khalayak dapat membagikan sebuah informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas.

Di balik banyaknya hal positif dalam penggunaan media sosial, terdapat hal negatif yang harus dihindari oleh penggunanya. Maka dari itu Islam memberikan rambu-rambu berupa adab dalam penggunaan sosial media, yaitu:

a. *Tabayyun* (cek dan riset)

Allah berfirman mengenai etika ketika mendapatkan sebuah berita sebagai berikut di surah al-Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا
أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ
نُذَمِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Quraish Shihab menjelaskan mengenai ayat tersebut bahwasannya setiap insan tidak bisa menangkap seluruh informasi secara mandiri. Oleh karena itu, perantara eksternal diperlukan. Namun, ada laporan yang jujur dan akurat dan begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu ketika mendapatkan informasi, maka harus diseleksi mana yang benar

sehingga dapat diterima dan mana yang tidak benar sehingga tidak patut diterima.³⁵

b. Tidak Berbohong dalam Menyampaikan Berita

Ketika menyampaikan sebuah informasi, maka harus meyakinkan bahwa informasi tersebut sudah benar sehingga tidak ada unsur kebohongan, Allah berfirman mengenai peringatan kepada orang yang berbohong sebagai berikut:

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ

“*Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah pembohong.*” (QS. Al-Nahl [16]:105)

E. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yaitu tinjauan yang dapat menjabarkan dengan jelas setiap variabel yang akan diteliti yang mana variabel tersebut akan dihubungkan dengan variabel lain. Di sisi lain, peneliti juga dengan mudah dapat merumuskan masalah, meletakkan teori yang sesuai dengan penelitian, merumuskan hipotesis, menentukan metode penelitian, pengambilan instrument penelitian, menggunakan teknik analisis data tertentu, dan menarik kesimpulan.

³⁵ M. Quraish Shihab, “Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian al-Quran,” vol. 13 (Tangerang: *Lentera Hati*, 2002): 238.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mana peneliti fokusnya hanya pada variabel saja dikarenakan penelitian kuantitatif berpegang pada satu pandangan bahwa sebuah peristiwa dapat diklasifikasikan dan ada kaitannya dengan sebab-akibat. Peneliti membuat sebuah paradigma penelitian untuk menunjukkan keterkaitan tiap variabel yang diambil untuk diteliti.³⁶

Peneliti penelitian kuantitatif ini telah menggunakan positivisme sebagai paradigma penelitian. Positivisme mempunyai pandangan bahwa realitas atau peristiwa itu dapat diklasifikasikan, kebanyakan tetap, tepat, teramati, dapat diukur, dan setiap peristiwa memiliki sebab-akibat. Penelitian biasanya dilakukan dengan menetapkan sebuah populasi dan mengambil sampel tertentu yang dapat dijelaskan.³⁷

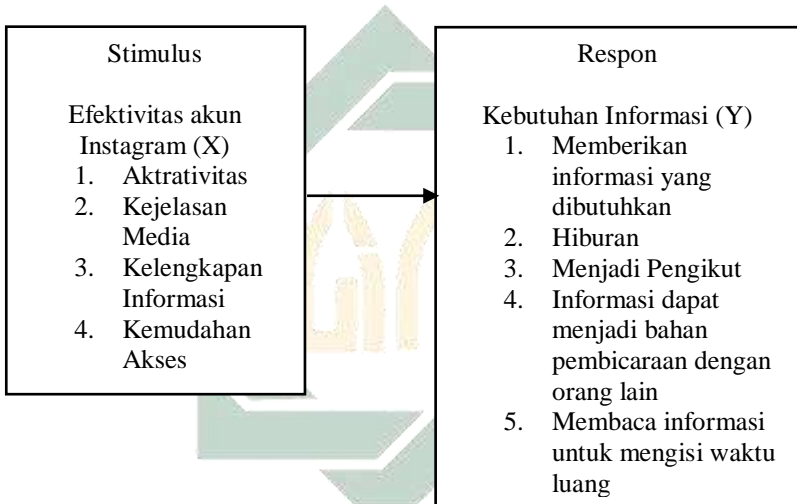
Dalam hal ini, maka paradigm penelitian kuantitatif “Efektivitas Akun Instagram @Aslisuroboyo terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya” menggunakan paradigm ganda yaitu setiap variabel mempunyai hubungan satu sama lain. Adapun variabelnya yaitu variabel

³⁶ Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M.M., M.Pd., “Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya” (Yogyakarta: *Graha Ilmu*, 2014): 50

³⁷ Prof. Dr. Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D” (Bandung: Alfabeta, CV., 2013), 8.

dependen (X) dan variabel independen (Y). Adapun jika dirumuskan maka menjadi:

Bagan 2.2 Paradigma Penelitian



F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu penjelasan *temporary* dari hasil suatu penelitian terhadap suatu rumusan masalah yang diberikan.³⁸ Studi ini telah mengusulkan hipotesis berikut:

1. H_{a0} : Tidak adanya efektivitas dalam akun Instagram @Aslisuroboyo terhadap pemenuhan

³⁸ Prof. Dr. Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D" (Bandung: Alfabeta, CV., 2013), 64.

kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

2. Ha₁ : Adanya efektivitas dalam akun Instagram @Aslisuroboyo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan teknik korelasi. Kedepannya peneliti akan menghubungkan variabel X (bebas) dan variabel Y (terikat). Margono menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif yaitu sebuah proses untuk mengetahui hasil suatu penelitian dengan alat yang digunakan yaitu data berupa angka yang dijadikan alat untuk menemukan hasil suatu penelitian.³⁹

Menurut Arifin penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang dipilih untuk menemukan jawaban dari suatu permasalahan dengan cara pengukuran yang tepat terhadap variable-variabel yang ditentukan yang kedepannya dapat menggeneralisasikan kesimpulan yang diperoleh, di luar dari soal kondisi, waktu, dan jenis data yang sudah didapatkan khususnya data kuantitatif. Sementara menurut Creswell, penelitian kuantitatif yaitu teknik untuk menganalisis teori-teori yang sudah ditentukan dengan menelaah korelasi tiap variabel yang akan diukur melalui

³⁹ Samsu S.Ag., M.Pd.I., Ph.D., *Metode Penelitian: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Samsu S.Ag., M.Pd.I., Ph.D., Metode Penelitian: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. (Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA), 2017).

instrumen penelitian yang akhirnya data yang didapatkan berupa numerik bisa diteliti dan diamati menggunakan cara statistik.⁴⁰

2. Objek Penelitian

Adapaun Objek yang dijadikan bahan penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang mencari informasi wisata kuliner di Surabaya melalui akun Instagram @Aslisuroboyo.

3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

a. Populasi

Pengertian dari populasi yaitu objek atau subjek dengan ciri-ciri yang sudah ditentukan untuk diamati sehingga mendapatkan suatu kesimpulan.⁴¹ Nazir menjelaskan bahwa populasi merupakan sekumpulan orang yang karakteristiknya sudah ditentukan. Sugiyono menjelaskan bahwa populasi adalah suatu domain tertentu yang berisi subjek atau objek yang menunjukkan ciri-ciri yang dipilih untuk dianalisis dan ditelaah demi mendapatkan kesimpulan.⁴² Dalam penelitian ini

⁴⁰ Pinton Setya Mustafa et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga*. (Malang: Universitas Negeri Malang, 2020), 4-5.

⁴¹ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, CV., 2013), 215.

⁴² Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M.M., M.Pd., *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan*

populasinya adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Di dalam situs PDDIKTI (Pangkalan Data Pendidikan Tinggi) tertulis ada 2.378 mahasiswa aktif Dakwah dan Komunikasi S1 di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada semester ganjil 2022.

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa

No	Nama Jurusan	Jumlah Mahasiswa
1	Ilmu Komunikasi	552
2	Pengembangan Masyarakat Islam	499
3	BKI	519
4	KPI	431
5	MD	377
Total		2.378

b. Sampel

Sugiyono menerangkan bahwasannya Sampel adalah mengambil beberapa dari jumlah seluruh populasi yang ciri-cirinya sudah ditentukan untuk dilakukannya penelitian. Menurut Malhorta, sampel tersebut termasuk demografi tertentu yang dipilih oleh para peneliti untuk melakukan

Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 94.

penelitian.⁴³ Ketika peneliti menghadapi kesulitan, kendala waktu, biaya, atau hambatan lainnya, sampel harus diatur untuk mempelajari karakteristik suatu populasi. Maka sampel dalam penelitian ini adalah sebagian Mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya yang ciri-ciri sampelnya sesuai dengan yang ditentukan dalam penelitian ini sehingga akan diambil sampelnya dari populasi dengan jumlah mahasiswa yang sudah ditentukan untuk menutupi keseluruhan populasinya. Karena populasi dalam penelitian ini sudah diketahui jumlahnya dengan pasti, maka teknik menentukan sampling penelitian ini menggunakan Rumus Slovin yang nantinya ketemu sampel seluruhnya:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dengan keterangan:

n = jumlah seluruh sampel

N = jumlah seluruh populasi

e = Toleransi kesalahan dalam sampel

Sehingga dapat dirumuskan teknik sampling dalam penelitian ini dengan (e) = 5% atau 0,05 adalah sebagai berikut:

⁴³ Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M.M., M.Pd., *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{2.378}{1 + (2.378 \times (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{2.378}{1 + (2.378 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{2.378}{1 + 23,78}$$

$$n = \frac{2.378}{24,78}$$

$$n = 95,96$$

Dapat disimpulkan bahwa sampel keseluruhan dengan tingkat kesalahan 10% yaitu 95 mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang mencari informasi wisata kuliner akun Instagram @Aslisuroboyo dan digenapkan menjadi 100 mahasiswa.

c. Teknik Sampling

Terdapat teknik untuk pengambilan sampel dalam sebuah penelitian. Peneliti menggunakan teknik sampling terarah atau *purposive* yang juga dikenal sebagai teknik pengambilan sampel penilaian, di mana peneliti membuat klarifikasi khusus tentang sampel untuk mendapatkan jumlah sampling yang diinginkan.⁴⁴ Digunakannya teknik

⁴⁴ Dr. Priyono, MM, *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), 118.

penelitian ini dikarenakan peneliti ingin membuat kriteria khusus terhadap sampel yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang mencari informasi wisata kuliner di akun media sosial Instagram @Aslisuroboyo.

4. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah karakteristik yang dipilih peneliti dari suatu objek, orang, atau aktivitas dan dianalisis untuk menarik kesimpulan.⁴⁵ Variabel bebas atau prediktor yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain (X) dan Variabel Terikat/Terpengaruh (Y) yaitu variabel ada karena mendapatkan pengaruh dari variabel prediktor. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu:

Variabel bebas atau pengaruhnya (X) adalah Efektivitas Postingan tentang Wisata Kuliner Akun Instagram @Aslisuroboyo dan variabel terikat (Y) adalah Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

⁴⁵ Poltak Sinambela, M.M., M.Pd., "Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya," 46.

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.2
Indikator Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Penjelasan
Efektivitas Akun Instagram @Aslisuroboy o (X)	Aktrativitas Media	Media dikatakan baik jika dapat menarik minat khalayak dan juga selalu <i>update</i> dalam menyampaikan sebuah berita.
	Kejelasan Media	Ketika menyebarkan sebuah berita, media harus menyebarkannya dengan jelas sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi khalayak.
	Kelengkapan Informasi Media	Informasi yang disebarkan harus terverifikasi kebenarannya sehingga informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan.
	Kemudahan Akses Media	Media harus memiliki kemudahan untuk diakses oleh khalayak dikarenakan banyak

		informasi baru yang muncul sehingga khalayak dapat mengetahuinya dengan mudah.
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya (Y)	Memberikan Informasi yang Dibutuhkan	yaitu menyuguhkan suatu informasi yang bernilai manfaat dan memberi jawaban atas rasa ingin tau.
	Adanya Hiburan	Fungsi dari suatu media tidak hanya menyuguhkan suatu informasi saja, namun juga berfungsi menyuguhkan hiburan.
	Mengikuti Akun yang Bersangkutan	menjadi pengikut (followers) karena media menyuguhkan konten informasi yang menarik dan menimbulkan rasa senang.
	Informasi Yang Diberikan Dapat Menjadi Bahan Pembicaraan	Media menyuguhkan informasi yang mana informasi tersebut dapat dijadikan bahan bincangan bersama orang lain.

	n Dengan Orang Lain	
	Membaca Informasi Untuk Mengisi Waktu Luang	Khalayak mengakses media untuk mencari tahu suatu informasi di waktu kosong untuk mengisi kepenatan dan menghilangkan stress.

3. Tahap-Tahap Penelitian

Agar membuahkan hasil yang bagus atas penelitian ini, maka peneliti menyusun tahapan yang sistematis untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian, tahapan tersebut yaitu;

a. Menentukan Masalah

Peneliti melakukan penentuan masalah dalam penelitian ini karena peneliti tertarik terhadap perkembangan komunikasi melalui media sosial. Untuk itu peneliti memutuskan untuk mengambil judul efektivitas akun instagram @aslisuroboyo untuk memenuhi kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

b. Melakukan Pra-Survey dan Studi Pendahuluan

Sebelum menentukan masalah dari fenomena yang ada, peneliti melakukan pra-survey kepada mahasiswa yang melihat akun

- Instagram @aslisuroboyo, serta melakukan survey terhadap penelitian terdahulu.
- c. Merumuskan Pernyataan Masalah
Berdasarkan peristiwa yang tercakup dalam penelitian ini, peneliti mulai merumuskan topik penelitian yang sesuai dengan judul penelitian
 - d. Merancang hipotesis
Peneliti merumuskan anggapan dasar dan hipotesis dalam penelitian ini untuk menentukan apakah ada efektivitas dari akun instagram @aslisuroboyo untuk memenuhi kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada hipotesis kerjanya (H_1) serta menentukan bahwa tidak adanya efektivitas akun instagram @aslisuroboyo untuk memenuhi kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada hasil hipotesis nihilnya (H_0).
 - e. Memilih Pendekatan
Penelitian ini mengandalkan metode kuantitatif. Peneliti menggunakan angka untuk menunjukkan seberapa berkorelasi variabel-variabel yang digunakan melalui penyebaran kuesioner terhadap topik penelitian. Oleh karena itu, data yang terkumpul nantinya akan tersedia dalam bentuk angka atau data kuantitatif.
 - f. Merancang variabel

Peneliti merancang variabel X yaitu Efektivitas Postingan tentang Wisata Kuliner Akun Instagram @Aslisuroboyo dan variabel Y yaitu Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Untuk penentuan sumber data yang diinginkan, peneliti menggunakan rujukan dari jurnal studi terdahulu yang sesuai dengan permasalahan penelitian ini.

g. Menyusun Instrumen atau Mengumpulkan Data

Dengan menggunakan alat yang telah dijelaskan, peneliti mengumpulkan data untuk penelitian ini dengan melakukan observasi terhadap objek penelitian dan referensi sebelumnya.

h. Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis oleh peneliti untuk mengetahui mengenai ada atau tidak adanya efektivitas akun instagram @aslisuroboyo untuk memenuhi kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

i. Menarik Kesimpulan

Peneliti membuat kesimpulan dari penelitian ini setelah mengelola hasil dari data statistik yang diperoleh.

j. Menulis Laporan

Peneliti menulis penelitian ini agar hasil dari rumusan masalah mengenai efektivitas akun instagram @aslisuroboyo untuk

memenuhi kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dan juga dapat digunakan sebagai referensi penelitian di kemudian hari

4. Teknik Pengumpulan Data

Data primer dan sekunder adalah dua jenis data yang dikumpulkan oleh peneliti dalam studi kuantitatif.

a. Data Primer

Informasi yang peneliti peroleh langsung dari sumbernya disebut data primer. Data asli adalah nama untuk data primer ini.

1) Kuesioner

Peneliti menggunakan skala Likert untuk menganalisis pandangan individu atau kelompok terhadap peristiwa sosial.⁴⁶ Untuk menggunakan skala tersebut, peneliti membuat kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang berisi pertanyaan dan jawaban yang peneliti berikan kepada responden untuk diisi.⁴⁷ Jawaban yang biasa dipakai di kuesioner tertutup yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju dan setiap jawaban tersebut memiliki nilai tersendiri.

⁴⁶ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, CV., 2013), 93.

⁴⁷ Lily Parnabhakti and Nicky Dwi Puspaningtyas, "Persepsi Peserta Didik Pada Media Powerpoint Dalam Google Classroom," *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik 2*, no. 1, 2021, 18–25.

Tabel 3.3.
Nilai Jawaban

SS (Sangat setuju)	4
S (Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat tidak setuju)	1

2) Studi Literatur

Dengan mempelajari sumber kajian yang sejenis, maka kajian literatur berfungsi sebagai landasan teori. Fasilitas perpustakaan dapat digunakan untuk melakukan kajian literatur untuk melengkapi data yang dikumpulkan oleh peneliti.

3) Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud yaitu dengan mengamati akun Instagram @Aslisuroboyo dan mencari sumber mengenai jumlah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

b. Data Sekunder

Pengertian dari sekunder yaitu informasi yang didapatkan dari studi yang sudah ada sebelumnya seperti penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

5. Teknik Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian

Dalam sebuah penelitian, Peneliti harus menggunakan alat yang cocok untuk

membedakan hasil data yang dinilai valid dan reliabel. Data yang didapat dari sebuah penelitian dikatakan valid jika diketahui adanya kesesuaian antara data yang sebenarnya dari object penelitian dengan data yang terkumpul. Instrumen dikatakan valid atau sesuai jika instrument tersebut bisa dijadikan alat ukur untuk mendapatkan data yang sedang diteliti.⁴⁸

a. Realibilitas

Realibilitas adalah kestabilan dari nilai sebuah instrument penelitian terhadap objek penelitian yang sama dan juga diberikan secara berulang.⁴⁹

Peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbach untuk melakukan uji reliabilitas. Peneliti menggunakan software SPSS 22 untuk memudahkan perhitungan uji reliabilitas.

b. Validitas

Validitas dalam instrument adalah menganalisis sejauh mana instrument itu mengukur suatu obyek. Jika instrument tersebut validitasnya tinggi, maka instrument tersebut semakin baik untuk digunakan oleh peneliti.⁵⁰

Teknik korelasi product-moment dapat digunakan untuk menguji validitas. Tabel

⁴⁸ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, CV., 2013), 121.

⁴⁹ Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd., *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. (Jakarta: KENCANA, 2014), 242.

⁵⁰ Yusuf, M.Pd., 234.

momen produk r dikatitkan dengan nilai r yang dihitung pada tingkat signifikan 5%. Elemen dinilai valid jika rhitung lebih dari r tabel dan dinilai tidak valid jika rhitung kurang dari r tabel. Peneliti menggunakan *software* SPSS 22 for windows untuk memudahkan dalam menghitung uji validitas.

Tabel 3.4
Kisi-kisi Pertanyaan

Variabel	Indikator	Item	Kisi-kisi pernyataan	Jumlah Item
Efektivitas akun Instagram @Aslisuroboyo (X)	Aktrativitas	1	Akun @Aslisuroboyo menjelaskan informasi tentang wisata kuliner di Surabaya dengan jelas	12
		2	Penjelasan akun @Aslisuroboyo mengenai informasi wisata kuliner di Surabaya mudah dipahami sehingga saya memutuskan untuk mengikutinya	
		3	Penjelasan akun @Aslisuroboyo mengenai informasi wisata	

			kuliner di Surabaya tidak terlalu panjang dan tidak terlalu singkat tapi cukup dimengerti
Kejelasan Media	4	Penjelasan mengenai informasi wisata kuliner di Surabaya di akun @Aslisuroboyo menggunakan Bahasa Jawa sehingga dapat menarik perhatian	
	5	Cara admin akun @Aslisuroboyo menjelaskan informasi menjadi hiburan bagi pengikutnya	
	6	Postingan akun @Aslisuroboyo mengenai wisata kuliner di Surabaya cukup menghibur untuk mengisi waktu luang	
Kelengkapan Informasi	7	Akun @Aslisuroboyo membuka	

			kolom komentar pada tiap postingan sehingga pengikutnya dapat menanggapi atas informasi yang disampaikan
		8	Setiap pengikut akun @Aslisuroboyo saling berkomunikasi di kolom komentar untuk membicarakan postingan wisata kuliner di Surabaya
		9	Saya seringkali ikut nimbrung pada orang yang tengah berdiskusi di kolom komentar postingan mengenai wisata kuliner di akun @Aslisuroboyo
	Kemudahan Akses Media	10	Akun @Aslisuroboyo selalu update memposting informasi wisata kuliner di Surabaya

		11	Admin akun @Aslisuroboyo tidak hanya memberikan informasi wisata kuliner di Surabaya melalui postingan saja, tetapi juga melalui live streaming sehingga menjadi pembicaraan pengikutnya	
		12	Akun @Aslisuroboyo selalu menginformasikan wisata kuliner di Surabaya yang terdapat promo potongan harga	
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya (Y)	Memberikan informasi yang dibutuhkan	1	Saya merasa akun @Aslisuroboyo seringkali membantu saya dalam menemukan informasi yang cukup jelas mengenai wisata kuliner di Surabaya	12

		2	Akun @Aslisuroboyo memiliki kredibilitas dalam menyebarkan informasi wisata kuliner di Surabaya
		3	Saya seringkali mencari informasi tentang wisata kuliner di Surabaya melalui akun @Aslisuroboyo
	Adanya hiburan	4	Cara penyampaian informasi di akun @Aslisuroboyo memiliki keunikan tersendiri sehingga membuat pengikutnya terhibur
	Mengikuti akun yang bersangkutan	5	Saya mengikuti akun @Aslisuroboyo untuk mendapatkan informasi Wisata kuliner di Surabaya

		6	Saya mengikuti akun @Aslisuroboyo karena cara menyampaikan informasi wisata kuliner di Surabaya cukup menarik perhatian	
		7	Saya mengikuti akun @Aslisuroboyo karena berbeda dengan akun lain dalam penyampaian informasi wisata kuliner di Surabaya	
		8	Saya seringkali menemukan informasi wisata kuliner di Surabaya yang belum saya ketahui sebelumnya	
	Informasi yang diberikan dapat menjadi bahan pembicaraan dengan orang lain	9	Saya merasa setiap informasi wisata kuliner di Surabaya yang disuguhkan oleh akun @Aslisuroboyo dapat dibicarakan bersama orang lain	

		10	Saya merasa informasi wisata kuliner di Surabaya yang disuguhkan oleh akun @Aslisuroboyo dapat dijadikan rujukan kepada orang lain	
		11	Saya sering mendapatkan informasi tambahan dari pengikut akun @Aslisuroboyo mengenai wisata kuliner di Surabaya pada kolom komentar postingan akun @Aslisuroboyo mengenai wisata kuliner di Surabaya	
	Membaca informasi untuk mengisi waktu luang	12	Saya merasa informasi wisata kuliner di Surabaya yang disuguhkan oleh akun @Aslisuroboyo cocok untuk dibaca di waktu luang	
Jumlah Total Instrumen Penelitian	Variabel X			12
	Variabel Y			12
	Total Keseluruhan			24

6. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis koefisien korelasi, suatu nilai data yang menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antara satu variable dan variable lain. Koefisien korelasi antara $-1 \leq r \leq +1$. Untuk menunjukkan arah hubungan maka diberikan tanda positif dan negative sebelum angka.

Dalam analisis korelasi, diperlukannya uji koefisien korelasi agar dapat mengukur seberapa jauh ikatan variabel (X) dengan variabel (Y). Koefisien korelasi antara variabel (X) dan variabel (Y) dapat dihitung dengan menggunakan rumus korelasi product moment yang dibantu dengan software SPSS 22 demi memudahkan dalam penghitungan data berdasarkan hasil 100 responden. Peneliti kemudian menggunakan tabel koefisien korelasi berikut untuk menentukan tingkat pengaruh antar variabel:

Tabel 3.5
Interpretasi Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Instagram merupakan termasuk platform media sosial, di mana memungkinkan pengguna untuk mengunggah video dan foto. Namun, Instagram saat ini tidak hanya untuk berbagi video dan foto, tetapi juga untuk berbagi berita. Maka, orang tidak perlu membuka website untuk melihat berita, karena semua berita yang mereka cari sudah terkumpul di Instagram.⁵¹

@Aslisuroboyo adalah akun Instagram yang menyampaikan kabar berita. Akun Instagram @Aslisuroboyo merupakan akun yang letak kantornya berada di jalan Embong Sawo nomer 16 Surabaya. Akun ini sudah bergabung di media sosial Instagram sejak April 2012. Per tanggal 4 November 2022, akun Instagram @Aslisuroboyo mempunyai pengikut sebanyak 1,1juta orang dan mempunyai 14ribu postingan. Pemegang akun sekaligus talent @Aslisuroboyo bernama Femalda Adevia Malik.

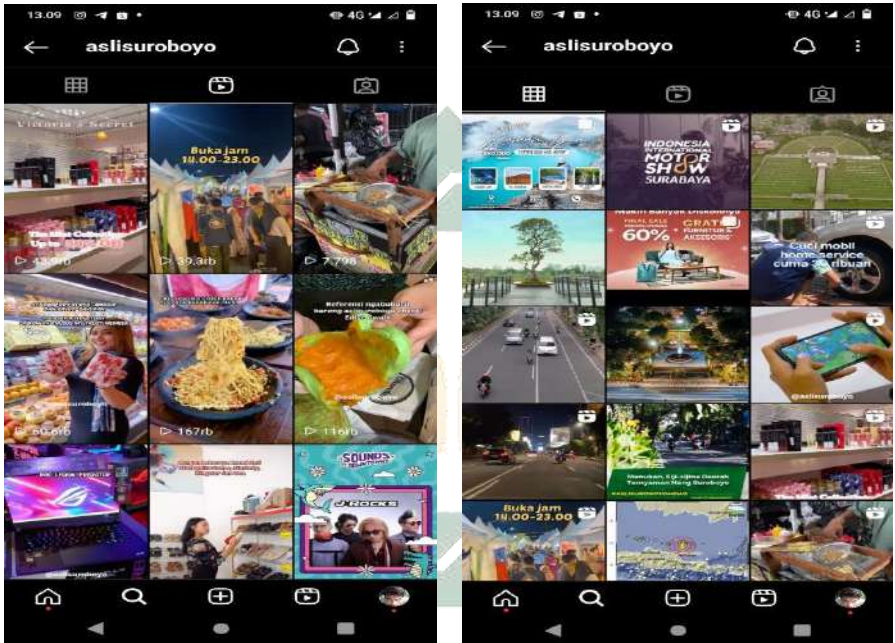
⁵¹ Siti Nurbaiti Fauziyyah Nofha Rina, “Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers,” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1, (Februari 2020), 13-24.

Gambar 4.1
Beranda Akun Instagram @Aslisuroboyo



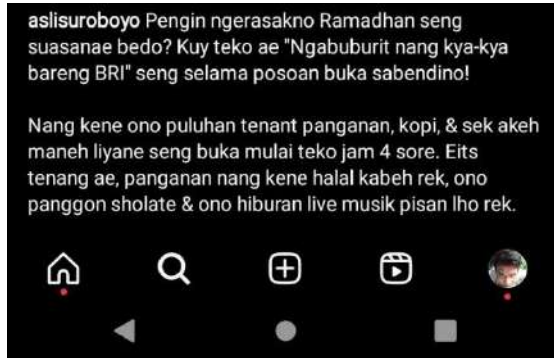
Konten dari akun @Aslisuroboyo berisi mengenai informasi-informasi yang ada di Surabaya seperti acara-acara, berita sepak bola, wisata makanan, dan lain sebagainya. Kontennya berupa foto, video reels, dan *live-streaming*.

Gambar 4.2 Postingan @Aslisuroboyo



Caption yang ada di dalam setiap postingan akun Instagram @Aslisuroboyo menggunakan Bahasa Jawa khas Surabaya sehingga memberikan keunikan tersendiri bagi pengikutnya dan seolah-olah admin dan pengikut sedang berinteraksi secara langsung. Akun tersebut memiliki pengikut dari seluruh Surabaya dan diluar Surabaya yang memiliki tujuan untuk mengetahui informasi yang ada di Surabaya salah satunya yaitu informasi mengenai tempat wisata kuliner.

Gambar 4.3
Caption



B. Penyajian Data

1. Demografis Responden

a) Program Studi

Tabel 4.1

Tabel Data Sampel Tiap Program Studi

Prodi	Jumlah Mhasiswa	Presentase
ILKOM	20	20%
PMI	20	20%
MD	20	20%
BKI	20	20%
KPI	20	20%
TOTAL	100	100%

Tabel data di atas berisi data sampel dari mahasiswa yang menyelesaikan angket penelitian.

Data yang didapatkan yaitu, program studi Ilmu Komunikasi sebanyak 20 mahasiswa dengan presentase 20%, program studi Pengembangan Masyarakat Islam sebanyak 20 mahasiswa dengan presentase 20%, program studi Manajemen Dakwah sebanyak 20 mahasiswa dengan presentase 20%, program studi Bimbingan Konseling Islam sebanyak 20 mahasiswa dengan presentase 20%, program studi Komunikasi Penyiaran Islam sebanyak 20 mahasiswa dengan presentase 20%

b) Jenis Kelamin

Responden penelitian ini adalah pria dan wanita.

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persen
Men	17	17%
Women	83	83%
Total	100	100%

Dari keterangan table di atas dapat diketahui bahwasany dari 100 orang yang berpartisipasi dalam penelitian ini, 17 orang adalah laki-laki dengan persentase 17% dan 83 orang wanita dengan persentase 83%. Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner diatas maka menunjukkan bahwasanya Followers dari mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Dakwah yang melihat konten @Aslisuroboyo

didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan.

2. Uji Validitas

Untuk menilai kuesioner dikatakan valid atau tidak, harus dilakukan uji validitas. Dikatakan valid apabila hasil data cocok dengan instrumen penelitian yang diukur. Hal tersebut dapat dikerjakan dengan cara mengkorelasikan nilai untuk setiap item yang ada dalam kuesioner dengan nilai total untuk semua item. Kriteria di bawah ini digunakan untuk menentukan setiap instrument penelitian valid atau tidak:

1. Instrumen dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel dengan signifikansi 5%.
2. Instrumen dinyatakan tidak valid jika r hitung lebih kecil dari r tabel dengan signifikansi 5%.

Pengujian dilakukan dengan signifikansi 5% memakai rumus Product Moment yang akan didukung aplikasi SPSS versi 22. Dan hasil pengujian sebagai berikut:

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas

Item	r hitung	r table	Keterangan
1.	0,386	0,195	Valid
2.	0,706	0,195	Valid
3.	0,429	0,195	Valid
4.	0,564	0,195	Valid
5.	0,592	0,195	Valid
6.	0,572	0,195	Valid
7.	0,348	0,195	Valid
8.	0,511	0,195	Valid
9.	0,334	0,195	Valid
10.	0,591	0,195	Valid
11.	0,440	0,195	Valid
12.	0,564	0,195	Valid
13.	0,664	0,195	Valid
14.	0,640	0,195	Valid
15.	0,715	0,195	Valid
16.	0,499	0,195	Valid
17.	0,695	0,195	Valid
18.	0,643	0,195	Valid

19.	0,597	0,195	Valid
20.	0,730	0,195	Valid
21.	0,741	0,195	Valid
22.	0,758	0,195	Valid
23.	0,705	0,195	Valid
24.	0,735	0,195	Valid

Karena nilai r-hitung tertinggi pada item 22 adalah 0,758, maka semua instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap valid berdasarkan hasil uji validitas tersebut di atas dengan pernyataan “Saya merasa informasi wisata kuliner di Surabaya yang disuguhkan oleh akun @Aslisuroboyo dapat dijadikan rujukan kepada orang lain”. Sedangkan nilai r terendah pada item 9 sebesar 0,334 dengan pernyataan “Saya seringkali ikut nimbrung pada orang yang tengah berdiskusi di kolom komentar postingan mengenai wisata kuliner di akun @Aslisuroboyo”

3. Uji Realibilitas

Realibilitas instrumen adalah syarat untuk menguji validasi dari keseluruhan instrument. Peneliti melakukan uji realibilitas instrumen memakai metode Alfa-Cronbach yang didukung SPSS 22. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai (α) lebih besar dari 0,60. Adapun tingkat realibilitas sebagai berikut :

Tabel 4.4
Tingkat Realibilitas Cronbach Alpha

Alpha	Tingkat Reabilitas
$0,80 < r_{11} \leq 1,00$	reabilitas dengan derajat sangat tinggi
$0,60 < r_{11} \leq 0,80$	reabilitas dengan derajat tinggi
$0,40 < r_{11} \leq 0,60$	reabilitas dengan derajat sedang
$0,20 < r_{11} \leq 0,40$	reabilitas dengan derajat rendah
$r_{11} \leq 0,20$	reabilitas dengan derajat sangat rendah

Tabel 4.5
Hasil Uji Realibilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	24

Menurut table yang menunjukkan hasil uji realibilitas di atas, menunjukkan bahwa instrument dalam penelitian ini mempunyai nilai cronbac's alpha senilai 0,914 sehingga termasuk tingkat sangat reliabel.

4. Penyajian Data Efektivitas Akun Instagram @Aslisuroboyo (X)

Tabel 4.6

Jawaban Pada Soal 1

Akun @Aslisuroboyo menjelaskan informasi tentang wisata kuliner di Surabaya dengan jelas

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	1	1.0	1.0	2.0
3.00	16	16.0	16.0	18.0
4.00	56	56.0	56.0	74.0
5.00	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 26 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan " Akun @Aslisuroboyo menjelaskan informasi tentang wisata kuliner di Surabaya dengan jelas" dan responden lainnya sejumlah 56 menjawab setuju, 16 menjawab netral, 1 menjawab tidak setuju, dan 1 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.7
Jawaban Pada Soal 2
Penjelasan akun @Aslisuroboyo mengenai wisata
kuliner di Surabaya mudah dipahami sehingga saya
memutuskan untuk mengikutinya

X02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	6.0	6.0	6.0
	3.00	15	15.0	15.0	21.0
	4.00	56	56.0	56.0	77.0
	5.00	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 23 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, “Penjelasan akun @Aslisuroboyo mengenai wisata kuliner di Surabaya mudah dipahami sehingga saya memutuskan untuk mengikutinya” dan 56 responden menjawab setuju, 15 menjawab netral, dan 6 menjawab tidak setuju.

Tabel 4.8

Jawaban Pada Soal 3

Penjelasan akun @Aslisuroboyo mengenai informasi wisata kuliner di Surabaya tidak terlalu panjang dan tidak terlalu singkat tapi cukup dimengerti

X03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	3	3.0	3.0	5.0
	3.00	13	13.0	13.0	18.0
	4.00	64	64.0	64.0	82.0
	5.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 18 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, “Penjelasan akun @Aslisuroboyo mengenai informasi wisata kuliner di Surabaya tidak terlalu panjang dan tidak terlalu singkat tapi cukup dimengerti” dan responden sejumlah 64 menjawab setuju, 13 menjawab netral, 3 menjawab tidak setuju, dan 2 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.9
Jawaban pada Soal 4
Penjelasan mengenai informasi wisata kuliner di
Surabaya di akun @Aslisuroboyo menggunakan
Bahasa Jawa sehingga dapat menarik perhatian

X04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	14	14.0	14.0	15.0
	4.00	63	63.0	63.0	78.0
	5.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 22 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Penjelasan mengenai informasi wisata kuliner di Surabaya di akun @Aslisuroboyo menggunakan Bahasa Jawa sehingga dapat menarik perhatian" dan 63 responden menjawab setuju, 14 menjawab netral, dan 1 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.10
Jawaban pada Soal 5
Cara admin akun @Aslisuroboyo menjelaskan
informasi menjadi hiburan bagi pengikutnya

X05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	20	20.0	20.0	23.0
	4.00	58	58.0	58.0	81.0
	5.00	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 19 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, “Cara admin akun @Aslisuroboyo menjelaskan informasi menjadi hiburan bagi pengikutnya” dan 58 responden menjawab setuju, 20 menjawab netral, dan 3 menjawab tidak setuju.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Tabel 4.11
Jawaban pada Soal 6
Postingan akun @Aslisuroboyo mengenai wisata
kuliner di Surabaya cukup menghibur untuk mengisi
waktu luang

X06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	3	3.0	3.0	4.0
	3.00	18	18.0	18.0	22.0
	4.00	56	56.0	56.0	78.0
	5.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa ada 22 responden memutuskan untuk menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Postingan akun @Aslisuroboyo mengenai wisata kuliner di Surabaya cukup menghibur untuk mengisi waktu luang" dan responden sejumlah 56 menjawab setuju, 18 menjawab netral, 3 menjawab tidak setuju, dan 1 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.12
Jawaban pada Soal 7
Akun @Aslisuroboyo membuka kolom komentar
pada tiap postingan sehingga pengikutnya dapat
menanggapi atas informasi yang disampaikan

X07

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	3	3.0	3.0	3.0
3.00	6	6.0	6.0	9.0
4.00	56	56.0	56.0	65.0
5.00	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 35 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, “Akun @Aslisuroboyo membuka kolom komentar pada tiap postingan sehingga pengikutnya dapat menanggapi atas informasi yang disampaikan” dan 56 responden menjawab setuju, 6 menjawab netral, dan 3 menjawab tidak setuju.

Tabel 4.13
Jawaban pada Soal 8
Setiap pengikut akun @Aslisuroboyo saling
berkomunikasi di kolom komentar untuk
membicarakan postingan wisata kuliner di Surabaya

X08

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	3	3.0	3.0	4.0
	3.00	20	20.0	20.0	24.0
	4.00	53	53.0	53.0	77.0
	5.00	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa responden sejumlah 23 menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Setiap pengikut akun @Aslisuroboyo saling berkomunikasi di kolom komentar untuk membicarakan postingan wisata kuliner di Surabaya" dan 53 responden menjawab setuju, 20 menjawab netral, 3 menjawab tidak setuju, dan 1 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.14

Jawaban pada Soal 9

Saya seringkali ikut nimbrung pada orang yang tengah berdiskusi di kolom komentar postingan mengenai wisata kuliner di akun @Aslisuroboyo

X09

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	19	19.0	19.0	19.0
2.00	22	22.0	22.0	41.0
3.00	21	21.0	21.0	62.0
4.00	26	26.0	26.0	88.0
5.00	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 12 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Saya seringkali ikut nimbrung pada orang yang tengah berdiskusi di kolom komentar postingan mengenai wisata kuliner di akun @Aslisuroboyo" dan 26 responden menjawab setuju, 21 menjawab netral, 22 menjawab tidak setuju, dan 19 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.15
Jawaban pada Soal 10
Akun @Aslisuroboyo selalu update memposting
informasi wisata kuliner di Surabaya

X10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	5	5.0	5.0	6.0
	3.00	19	19.0	19.0	25.0
	4.00	57	57.0	57.0	82.0
	5.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 18 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Akun @Aslisuroboyo selalu update memposting informasi wisata kuliner di Surabaya" dan 57 responden menjawab setuju, 19 menjawab netral, 5 menjawab tidak setuju, dan 1 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.16
Jawaban pada Soal 11
Admin akun @Aslisuroboyo tidak hanya
memberikan informasi wisata kuliner di Surabaya
melalui postingan saja, tetapi juga melalui live
streaming sehingga menjadi pembicaraan
pengikutnya

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	5	5.0	5.0	6.0
	3.00	26	26.0	26.0	32.0
	4.00	50	50.0	50.0	82.0
	5.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 18 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Admin akun @Aslisuroboyo tidak hanya memberikan informasi wisata kuliner di Surabaya melalui postingan saja, tetapi juga melalui live streaming sehingga menjadi pembicaraan pengikutnya" dan 50 responden menjawab setuju, 26 menjawab netral, 5 menjawab tidak setuju, dan 1 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.17
Jawaban pada Soal 12
Akun @Aslisuroboyo selalu menginformasikan
wisata kuliner di Surabaya yang terdapat promo
potongan harga

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	3	3.0	3.0	5.0
	3.00	12	12.0	12.0	17.0
	4.00	61	61.0	61.0	78.0
	5.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 22 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Akun @Aslisuroboyo selalu menginformasikan wisata kuliner di Surabaya yang terdapat promo potongan harga" dan 61 responden menjawab setuju, 12 menjawab netral, 3 menjawab tidak setuju, dan 2 menjawab sangat tidak setuju.

5. Penyajian Data Efektivitas Akun Instagram @Aslisuroboyo untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa FDK UIN Surabaya (Y)

Tabel 4.18

Jawaban pada Soal 13

Saya merasa akun @Aslisuroboyo seringkali membantu saya dalam menemukan informasi yang cukup jelas mengenai wisata kuliner di Surabaya

Y13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	3	3.0	3.0	4.0
3.00	18	18.0	18.0	22.0
4.00	56	56.0	56.0	78.0
5.00	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 22 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Saya merasa akun @Aslisuroboyo seringkali membantu saya dalam menemukan informasi yang cukup jelas mengenai wisata kuliner di Surabaya" dan 56 responden menjawab setuju, 18 menjawab netral, 3 menjawab tidak setuju, dan 1 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.19
Jawaban pada Soal 14
Akun @Aslisuroboyo memiliki kredibilitas dalam
menyebarkan informasi wisata kuliner di Surabaya

Y14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	19	19.0	19.0	20.0
	4.00	55	55.0	55.0	75.0
	5.00	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 25 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Akun @Aslisuroboyo memiliki kredibilitas dalam menyebarkan informasi wisata kuliner di Surabaya" dan 55 responden menjawab setuju, 19 menjawab netral, dan 1 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.20
Jawaban pada Soal 15
Saya seringkali mencari informasi tentang wifata
kuliner di Surabaya melalui akun @Aslisuraboyo

Y15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	5	5.0	5.0	7.0
	3.00	20	20.0	20.0	27.0
	4.00	56	56.0	56.0	83.0
	5.00	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 17 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, ” Saya seringkali mencari informasi tentang wifata kuliner di Surabaya melalui akun @Aslisuraboyo” dan 56 responden menjawab setuju, 20 menjawab netral, 5 menjawab tidak setuju, dan 2 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.21
Jawaban pada Soal 16
Cara penyampaian informasi di akun @Aslisuroboyo
memiliki keunikan tersendiri sehingga membuat
pengikutnya terhibur

Y16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	19	19.0	19.0	22.0
	4.00	58	58.0	58.0	80.0
	5.00	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 20 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, ” Cara penyampaian informasi di akun @Aslisuroboyo memiliki keunikan tersendiri sehingga membuat pengikutnya terhibur” dan 58 responden menjawab setuju, 19 menjawab netral, dan 3 menjawab tidak setuju.

Tabel 4.22
Jawaban pada Soal 17
Saya mengikuti akun @Aslisuroboyo untuk
mendapatkan informasi Wisata kuliner di Surabaya

Y17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	3	3.0	3.0	3.0
2.00	6	6.0	6.0	9.0
3.00	19	19.0	19.0	28.0
4.00	55	55.0	55.0	83.0
5.00	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 17 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Saya mengikuti akun @Aslisuroboyo untuk mendapatkan informasi Wisata kuliner di Surabaya" dan 55 responden menjawab setuju, 19 menjawab netral, 6 menjawab tidak setuju, dan 3 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.23

Jawaban pada Soal 18

Saya mengikuti akun @Aslisuroboyo karena cara menyampaikan informasi wisata kuliner di Surabaya cukup menarik perhatian

Y18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	5	5.0	5.0	7.0
	3.00	24	24.0	24.0	31.0
	4.00	53	53.0	53.0	84.0
	5.00	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 16 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Saya mengikuti akun @Aslisuroboyo karena cara menyampaikan informasi wisata kuliner di Surabaya cukup menarik perhatian" dan 53 responden menjawab setuju, 24 menjawab netral, 5 menjawab tidak setuju, dan 2 memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.24
Jawaban pada Soal 19
Saya mengikuti akun @Aslisuroboyo karena berbeda
dengan akun lain dalam penyampaian informasi
wisata kuliner di Surabaya

Y19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	4	4.0	4.0	4.0
2.00	8	8.0	8.0	12.0
3.00	32	32.0	32.0	44.0
4.00	44	44.0	44.0	88.0
5.00	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 12 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, ” Saya mengikuti akun @Aslisuroboyo karena berbeda dengan akun lain dalam penyampaian informasi wisata kuliner di Surabaya” dan 44 responden menjawab setuju, 32 menjawab netral, 8 menjawab tidak setuju, dan 4 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.25

Jawaban pada Soal 20

Saya seringkali menemukan informasi wisata kuliner di Surabaya di akun @Aslisuroboyo yang belum saya ketahui sebelumnya

Y20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	7	7.0	7.0	9.0
	3.00	18	18.0	18.0	27.0
	4.00	48	48.0	48.0	75.0
	5.00	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 25 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Saya seringkali menemukan informasi wisata kuliner di Surabaya di akun @Aslisuroboyo yang belum saya ketahui sebelumnya" dan 48 responden menjawab setuju, 18 menjawab netral, 7 menjawab tidak setuju, dan 2 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.26
Jawaban pada Soal 21
Saya merasa setiap informasi wisata kuliner di
Surabaya yang disuguhkan oleh akun @Aslisuroboyo
dapat dibicarakan bersama orang lain

Y21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	3	3.0	3.0	4.0
3.00	22	22.0	22.0	26.0
4.00	55	55.0	55.0	81.0
5.00	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 19 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Saya merasa setiap informasi wisata kuliner di Surabaya yang disuguhkan oleh akun @Aslisuroboyo dapat dibicarakan bersama orang lain" dan 55 responden menjawab setuju, 22 menjawab netral, 3 menjawab tidak setuju, dan 1 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.27
Jawaban pada Soal 22
Saya merasa informasi wisata kuliner di Surabaya
yang disuguhkan oleh akun @Aslisuroboyo dapat
dijadikan rujukan kepada orang lain

Y22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	3	3.0	3.0	4.0
	3.00	20	20.0	20.0	24.0
	4.00	59	59.0	59.0	83.0
	5.00	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 17 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Saya merasa informasi wisata kuliner di Surabaya yang disuguhkan oleh akun @Aslisuroboyo dapat dijadikan rujukan kepada orang lain" dan 59 responden menjawab setuju, 20 menjawab netral, 3 menjawab tidak setuju, dan 1 menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.28

Jawaban pada Soal 23

Saya sering mendapatkan informasi tambahan dari pengikut akun @Aslisuroboyo mengenai wisata kuliner di Surabaya pada kolom komentar postingan akun @Aslisuroboyo mengenai wisata kuliner di Surabaya

Y23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	5.0	5.0	5.0
	3.00	24	24.0	24.0	29.0
	4.00	55	55.0	55.0	84.0
	5.00	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 16 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, "Saya sering mendapatkan informasi tambahan dari pengikut akun @Aslisuroboyo mengenai wisata kuliner di Surabaya pada kolom komentar postingan akun @Aslisuroboyo mengenai wisata kuliner di Surabaya" dan 55 responden menjawab setuju, 24 menjawab netral, dan 5 menjawab tidak setuju.

Tabel 4.29
Jawaban pada Soal 24
Saya merasa informasi wisata kuliner di Surabaya
yang disuguhkan oleh akun @Aslisuroboyo cocok
untuk dibaca di waktu luang

Y24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	3	3.0	3.0	4.0
	3.00	25	25.0	25.0	29.0
	4.00	49	49.0	49.0	78.0
	5.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel data diatas, diketahui bahwa 22 responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan, ”Saya merasa informasi wisata kuliner di Surabaya yang disuguhkan oleh akun @Aslisuroboyo cocok untuk dibaca di waktu luang” dan 49 responden menjawab setuju, 25 menjawab netral, 3 menjawab tidak setuju, dan 1 menjawab sangat tidak setuju

C. Uji Hipotesis

Untuk menghitung dan mengamati data yang didapat, peneliti menggunakan software SPSS 22 dalam rangka mengetahui dampak akun Instagram @Aslisuroboyo (X) terhadap kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya (Y). Hasil pengolahan data melalui SPSS 22 pada penelitian ini disajikan di bawah ini:

1. Uji Normalitas

Ketika menganalisis sebuah data dalam suatu penelitian kuantitatif, dibutuhkan persyaratan bahwa data yang dipilih berdistribusi dengan normal, maka dibutuhkannya melakukan uji normalitas. Uji normalitas data memeriksa apakah distribusi data yang didapat bisa dikatakan normal atau tidak.⁵² Model uji normalitas Kolmogoro-Smirnov model Ezact Test Monte Carlo digunakan untuk menganalisis data penelitian ini yang dibantu dengan menggunakan software SPSS 22 berdasarkan pernyataan berikut:

- a. Dapat dikatakan normal jika suatu distribusi data mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- b. Tidak dapat dikatakan normal jika suatu distribusi data mempunyai nilai signifikansi kurang besar dari 0,05

⁵² Poltak Sinambela, M.M., M.Pd., "Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya," 223.

Tabel 4.32
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.36007987
Most Extreme Differences	Absolute		.119
	Positive		.080
	Negative		-.119
Test Statistic			.119
Asymp. Sig. (2-tailed)			.001 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.112 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.104
		Upper Bound	.120

Tabel hasil uji normalitas di atas diketahui nilai signifikansi untuk efektivitas akun Instagram @Aslisuroboyo adalah 0.112, karena data memenuhi syarat uji normalitas yaitu nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat diasumsikan berdistribusi normal. Kemudian penelitian ini akan melanjutkan ke uji linieritas dan analisis data.

2. Uji Linearitas

Untuk menganalisis apakah ada ikatan antara hubungan bebas dan hubungan terikat, maka diperlukannya uji linearitas dalam suatu penelitian. Uji linieritas mensyaratkan hubungan antara dua variabel dapat dinyatakan linier bila data hasil perhitungan lebih besar dari 0,05. dengan persyaratan sebagai berikut:

- a. Dapat dikatakan linear jika nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05.
- b. Tidak dapat dikatakan linear jika nilai signifikasinya kurang besar dari 0,05.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Tabel 4.33
Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya *	Between Groups	(Combined)	3462.505	25	138.500	7.694	.000
		Linearity	2912.541	1	2912.541	161.801	.000
		Deviation from Linearity	549.965	24	22.915	1.273	.214
	Within Groups		1332.055	74	18.001		
	Total		4794.560	99			

Tabel diatas menunjukkan bahwa Nilai signifikansi *Deviation from Linearity* dalam penelitian ini adalah 0,214. Hubungan variabel efektivitas akun Instagram @Aslisuroboyo (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya bersifat linear dengan nilai signifikansi $0,214 > 0,05$.

3. Uji Pearson Product Moment

Untuk mengetahui nilai korelasi antara variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji korelasi *pearson product moment*,

Lambang dari korelasi koefisien Product Moment adalah huruf r dan nilai koefisien korelasinya berkisar $-1 \leq r \leq +1$. Apabila $r = -1$ maka berkorelasi negatif, $r = 0$ maka tidak berkorelasi, dan jika $r = 1$ maka berkorelasi dengan baik. Ketika nilai r mendekati $+1$, variabel (X) dan variabel (Y) memiliki derajat korelasi yang kuat. Koefisien determinasi dilaporkan sebagai angka dalam analisis korelasi, di mana nilainya adalah jumlah kuadrat dari nilai koefisien korelasi. Dijelaskan dengan lambang nilai $r^2 = R$ (koefisien determinasi). Koefisien determinasi adalah nilai yang menentukan pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y).

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Tabel 4.44
Uji Correlation

		Efektivitas akun Instagram @Aslisuroboyo	Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya
Efektivitas akun Instagram @Aslisuroboyo	Pearson Correlation	1	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya	Pearson Correlation	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Korelasi signifikan pada level 0,01 (2-tailed).

Koefisien korelasi atau nilai r diketahui sebesar 0,779. Berada pada tingkat hubungan kuat dan bernilai positif.

Koefisien korelasi atau nilai r yang sudah ditemukan tersebut selanjutnya akan digunakan

untuk mencari tahu nilai koefisien determinasi ($r^2 = R$). Jadi nilai koefisiennya yaitu $0,779^2 = 0,606841$. Dengan demikian akun Instagram @Aslisuroboyo memiliki keefektifan sebesar 60,68% dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai wisata kuliner.

Untuk nilai R dari 100 responden diketahui sebesar 0,779 dan nilai R signifikansi 5% sebesar 0,195 untuk menentukan diterima atau tidaknya hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan pedoman product moment. Nilai r (0,779) ternyata lebih besar dari nilai r tabel (0,195), yang menunjukkan bahwa hipotesis kerja (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. dan bisa dikatakan ada efektifitas akun instagram @Aslisuroboyo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perspektif Teoritis

Pada penelitian ini pengujian melaksanakan pengujian dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 partisipan menggunakan Google form dan dibantu dengan aplikasi SPSS 22 untuk memproses olah data.

Setelah dilakukan pengujian hipotesis, maka hasil dari penelitian ini bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis (H_a) diterima. Peneliti menyimpulkan bahwa akun Instagram @Aslisuroboyo efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya tentang wisata kuliner.

Kemudian peneliti juga melakukan uji korelasi dengan hasil nilai koefisien korelasi (r) 0,779. Hasil ini menyimpulkan bahwa terdapat korelasi yang cukup kuat pada kedua variabel. Oleh karena itu, akun Instagram @Aslisuroboyo sangat efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel.

Pengujian nilai koefisien determinasi pada penelitian ini adalah $0,606841 = 60,68\%$ maka disimpulkan bahwa efektivitas akun instagram @Aslisuroboyo (X) mempunyai andil yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya (Y).

Hasil di dalam penelitian ini jika diteliti, ada kaitannya dengan teori uses and gratifications. Menurut Effendy, pengguna media sosial atau khalayak sasaran secara sadar memilih menggunakan platform media sosial demi tercapainya tujuan mereka. Adapun tujuan-tujuan tersebut yaitu:

a. Cognitive needs atau Kebutuhan kognitif

Kebutuhan kognitif mempunyai hubungan dengan pemahaman akan sebuah informasi. Hal ini dilandasi oleh keinginan untuk mengetahui dan menguasai lingkungan sehingga menyebabkan seseorang menjadi penasaran untuk menyelidiki informasi yang ada di lingkungan tersebut. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa akun intagram @Aslisuroboyo sangat efektif dan berguna bagi mahasiswa UIN FDK Sunan Ampel Surabaya

karena telah memenuhi kebutuhan informasinya mengenai wisata kuliner di Surabaya.

b. Affective needs atau Kebutuhan afektif

Kebutuhan akan keindahan, emosi, dan kesenangan dalam diri seseorang disebut sebagai kebutuhan afektif. Pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa akun Instagram @Aslisuroboyo memiliki keunikan sendiri yang mana dapat memberikan hiburan bagi khalayak khususnya mahasiswa UIN FDK Sunan Ampel Surabaya.

c. Personal integrative needs atau Kebutuhan integrasi pribadi

Kebutuhan ini memiliki kaitan pada status, kepercayaan dan stabilitas seseorang, sehingga dasar dari kebutuhan ini adalah mendorong seseorang atas sesuatu yang berhubungan dengan harga dirinya. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa khalayak khususnya 79 dari 100 mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya memutuskan untuk mengikuti akun Instagram @Aslisuroboyo karena penjelasannya di dalam postingan tentang wisata kuliner mudah dimengerti dan terdapat hiburan sehingga cukup untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi wisata kuliner di Surabaya.

d. Social integrative needs atau Kebutuhan integrasi sosial

Kehidupan sosial terkait dengan keinginan untuk integrasi sosial. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa postingan mengenai informasi wisata kuliner di Surabaya pada akun

@Aslisuroboyo dapat dijadikan bahan pembicaraan kepada orang lain. khalayak khususnya mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya membuat akun instagram Aslisuroboyo untuk dijadikan kepada orang lain jika ingin mengetahui informasi wisata kuliner di Surabaya.

e. Escapist needs atau Kebutuhan pelarian

Kebutuhan melarikan diri ini bertujuan untuk menghindari atau mengurangi pikiran, stres, dan ketegangan. Hasil penelitian ini menjabarkan bahwasannya mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya menelusuri akun Instagram @Aslisuroboyo di waktu senggang untuk mendapatkan informasi tentang wisata kuliner di Surabaya dan mengurangi kepenatan mereka.

Hasil yang bisa didapatkan bisa didapatkan berdasarkan penelitian ini adalah bahwasannya akun Instagram @Aslisuroboyo mempunyai keefektivan dalam pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya dalam hal informasi wisata kuliner.

2. Perspektif Islam

Masyarakat di era ini tidak hanya berkomunikasi dengan cara *face to face*, akan tetapi bisa juga berkomunikasi dengan perantara media sosial. Media sosial memungkinkan dengan mudah dan efisien bagi pengguna untuk berbagi informasi satu sama lain.

Di balik banyaknya hal positif dalam penggunaan media sosial, terdapat hal negatif yang harus dihindari oleh penggunanya. Maka dari itu Islam memberikan rambu-rambu berupa adab dalam penggunaan sosial media, yaitu:

a. Tabayyun (cek dan riset)

Allah memberikan pedoman bagi hamba-Nya ketika mendapatkan sebuah informasi di dalam surah al-Hujurat ayat 6 yaitu, *“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”*

Quraish Shihab menjelaskan mengenai ayat tersebut bahwa manusia tidak bisa menangkap seluruh informasi secara mandiri. Oleh karena itu dibutuhkannya perantara dari pihak lain. Pihak lain ada yang laporannya jujur dan akurat dan sebaliknya. Oleh karena itu ketika mendapatkan informasi, maka harus diseleksi mana yang benar sehingga dapat diterima dan mana yang tidak benar sehingga tidak patut diterima.⁵³

Mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya memutuskan untuk memilih akun Instagram @Aslisuroboyo untuk memnuhi kebutuhan informasinya tentang wisata kuliner setelah

⁵³ M. Quraish Shihab, “Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian al-Quran,” vol. 13 (Tangerang: *Lentera Hati*, 2002): 238.

menganalisis dari bagaimana admin akun Instagram @Aslisuroboyo menjelaskan mengenai wisata kuliner di Surabaya.

b. Tidak Berbohong dalam Menyampaikan Berita

Ketika menyampaikan sebuah informasi, maka harus meyakinkan bahwa informasi tersebut sudah benar sehingga tidak ada unsur kebohongan karena Allah telah memperingatkan bagi orang pembohong di dalam surat an-Nahl ayat 105 bahwasanya, “*Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah pembohong.*”

Mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya memutuskan untuk memilih akun Instagram @Aslisuroboyo untuk memnuhi kebutuhan informasinya tentang wisata kuliner dikarenakan akun tersebut menjelaskan informasi wisata kuliner di kontennya dengan benar dan terpercaya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

3. Integrasi Teoritis dan Keislaman

Teori *uses and gratification* merupakan teori yang diciptakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch yang mana teori tersebut menjelaskan bagaimana khalayak membutuhkan media massa untuk memenuhi keinginannya. Khalayak memutuskan sendiri media mana yang dapat dipercaya. Selain itu, khalayak memiliki

kesempatan untuk memilih langsung informasi mana yang mereka butuhkan.⁵⁴

Dalam penelitian ini, konten instagram akun @Aslisuroboyo yang berisi tentang informasi di Surabaya termasuk informasi mengenai wisata kuliner hadir sebagai implementasi dari teori *use and gratification*, yang mana tujuan menyebarkan informasi wisata kuliner tersebut yaitu untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai wisata kuliner di Surabaya oleh karena itu 79 dari 100 mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya memilih untuk mengikuti akun instagram @Aslisuroboyo untuk dapat memenuhi kebutuhannya.

Dalam pandangan Islam, bersosial media memiliki rambu-rambu yang harus dipatuhi demi kemaslahatan bersama. Rambu-rambu tersebut yaitu memeriksa berita yang ada di dalam sosial media apakah valid atau tidak sebelum diterima oleh khalayak seperti yang Allah firmankan di dalam salah satu surahnya yaitu surah al-Hujurat ayat 6. Dan juga menyebarkan berita dengan sebenar-benarnya tanpa ada kebohongan seperti yang Allah firmankan di surah an-Nahl ayat 105.

⁵⁴ Sofian Sofian and Elly Yuliawati, "Pengaruh Penggunaan Instagram @Kemenparekraf.ri terhadap Tingkat Pemahaman Isi Pesan dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Komunikasi dan Media 2*, no. 2, (Mei 2022): 129–138.

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang berjudul “Efektivitas Akun Instagram @Aslisuroboyo terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya, maka bisa diambil kesimpulan bahwa hasil penelitian dan analisis sebagai berikut:

1. Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan nilai r hitung sebesar 0,779. Guna menguji hipotesis pada penelitian ini nilai koefisien korelasi yang tercantum selanjutnya dibandingkan dengan tabel signifikansi 10% pada 100 responden, kemudian diperoleh hasil hitung sebesar $0,696 > 0,195$ atau r hitung $>$ r tabel. Kemudian ditemukan hasil bahwa (H_a) hipotesis kerja diterima dan (H_0) Hipotesis nol ditolak. Maka dapat dikatakan bahwa ada efektivitas akun instagram @Aslisuroboyo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Ditemukan koefisien korelasi atau nilai r sebesar 0,779. Maka variabel efektivitas akun instagram @Aslisuroboyo (X) dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya (Y) pada penelitian ini memiliki hubungan linier positif dengan tingkatan hubungan atau korelasi yang kuat. Ditemukan nilai koefisien determinasi pada penelitian diketahui sebesar $r^2 = R$ jadi $0,779 =$

0,606841 (60,68%). Maka dapat disimpulkan bahwa konten akun instagram @Aslisuroboyo memiliki keefektivan sebesar 60,68% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran dan Rekomendasi

Berikut saran dan rekomendasi yang berasal dari penelitian yang dilakukan dan hasil yang dipaparkan oleh peneliti di atas:

1. Bagi @Aslisuroboyo

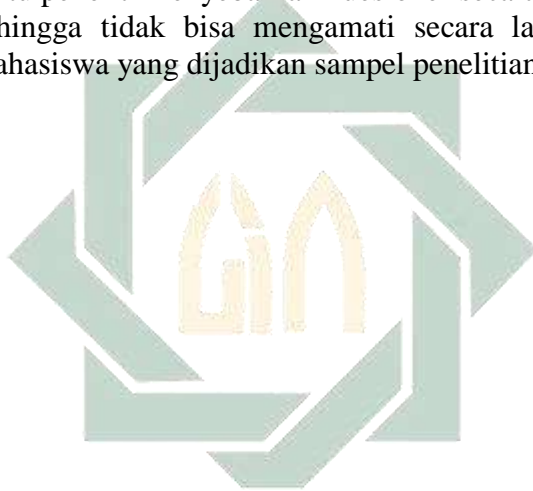
Meskipun hasil data dari penelitian ini menunjukkan keberhasilan akun Instagram @Aslisuroboyo dalam menarik perhatian khalayak khususnya khalayak dari mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya sehingga dapat membuat khalayak mengikuti akun tersebut, diharapkan ke depannya admin dari akun Instagram @Aslisuroboyo tetap konsisten untuk mengembangkan akun tersebut sehingga dapat menarik lebih banyak khalayak.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Di dalam penelitian ini, peneliti berharap agar banyak peneliti yang lain untuk meneliti fenomena sejenis sehingga memunculkan banyak sumber-sumber referensi guna memudahkan peneliti yang lain.

C. Keterbatasan Penelitian

Setelah menelaah dan menganalisis data hingga menarik sebuah kesimpulan, peneliti sadar akan kekurangan dan keterbatasan selama proses penelitian berlangsung. Adapun keterbatasannya yaitu peneliti menyebarkan kuesioner secara online sehingga tidak bisa mengamati secara langsung mahasiswa yang dijadikan sampel penelitian.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Kuesioner Variabel X

No.	X												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	3	4	4	3	5	4	4	1	4	3	4	43
2	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4	3	4	47
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	38
5	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	45
6	4	5	4	4	3	3	5	3	4	4	5	5	49
7	4	3	4	5	5	5	5	4	1	3	5	5	49
8	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	52
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
10	4	3	2	4	4	3	5	5	2	5	3	4	44
11	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
13	3	3	4	4	5	5	5	5	2	4	2	4	46
14	3	4	3	4	3	4	4	4	1	3	4	4	41
15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	46
16	4	3	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	48
17	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	50
18	5	4	4	4	3	4	5	4	3	2	3	4	45
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
20	3	2	3	4	3	2	5	5	5	4	3	4	43
21	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	56
22	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	49
23	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
24	5	5	4	5	3	4	4	5	1	3	5	4	48
25	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	45
26	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
27	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	56
28	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	39
29	5	2	2	5	2	2	2	3	5	2	5	2	37
30	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	42
31	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	54
32	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	43

33	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	5	5	50
34	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
37	5	5	4	4	5	3	5	5	3	4	5	5	53
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	2	4	45
40	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	44
41	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	3	3	42
42	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3	5	54
43	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	43
44	4	5	5	5	4	5	4	5	2	3	2	4	48
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
46	5	4	4	4	4	3	4	5	2	5	4	4	48
47	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	46
48	5	2	5	1	2	1	5	1	1	2	5	5	35
49	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
50	5	5	5	4	5	5	5	5	1	5	3	3	51
51	5	5	5	5	5	5	5	2	1	5	3	5	51
52	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	43
53	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
54	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	44
55	3	2	1	3	4	3	2	2	4	3	3	4	34
56	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
57	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	52
58	3	3	3	3	3	4	4	2	1	3	3	3	35
59	4	3	4	5	4	4	5	3	1	4	4	3	44
60	2	2	4	4	5	4	5	3	2	4	4	4	43
61	5	5	5	4	2	5	4	5	5	2	1	1	44
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	5	5	5	4	3	3	5	5	3	5	4	3	50
64	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	54
65	4	3	4	4	4	4	4	3	1	4	2	2	39
66	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
67	5	5	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	45
68	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	48
69	4	3	4	3	3	3	5	5	1	3	4	4	42
70	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	46
71	5	4	4	5	4	4	5	3	2	4	5	4	49
72	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	42
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

74	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	45
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
76	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	57
77	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	53
78	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46
79	3	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	41
80	4	4	5	4	4	5	4	4	2	5	4	5	50
81	3	5	3	4	5	4	5	4	2	3	3	2	43
82	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
83	4	4	4	5	4	3	5	4	1	4	3	5	46
84	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	52
85	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	49
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
87	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
88	3	2	3	4	4	2	5	3	1	2	3	1	33
89	1	5	5	4	4	4	5	4	5	1	5	4	47
90	5	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	45
91	3	4	4	5	4	4	5	4	2	3	4	4	46
92	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	46
93	5	5	1	5	5	5	5	5	1	4	5	5	51
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
95	4	4	4	3	3	4	5	4	3	3	4	5	46
96	4	4	3	5	4	5	2	3	5	4	4	5	48
97	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
98	5	5	5	4	5	4	4	4	1	4	4	4	49
99	4	3	3	5	4	5	5	5	1	4	2	5	46
100	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49

S U R A B A Y A

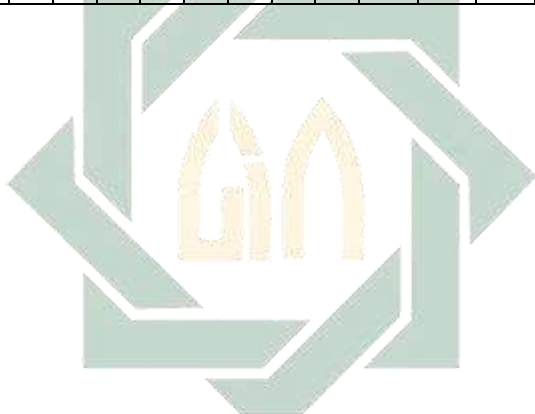
Lampiran 2 Data Kuesioner Variabel Y

No.	Y												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	5	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	40
2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	45
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
6	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	3	3	51
7	5	5	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	53
8	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	52

9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
10	5	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	34
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
12	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	46
13	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	5	49
14	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	47
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
16	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	43
17	4	4	3	5	1	1	1	3	4	3	3	4	36
18	4	3	2	4	3	4	2	2	3	3	3	4	37
19	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
20	4	3	2	3	3	4	1	3	3	4	2	3	35
21	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	57
22	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	53
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	5	3	4	4	5	4	3	5	3	4	4	3	47
25	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	43
26	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	58
27	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	3	52
28	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	43
29	5	5	4	5	2	2	2	2	2	2	2	2	35
30	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	33
31	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	53
32	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	45
33	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	51
34	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	53
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
36	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
37	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	53
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	55
40	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	46
41	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	44
42	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	58
43	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	43
44	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	4	5	49
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
46	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	48
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
48	3	1	3	4	1	3	1	1	3	1	2	1	24
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

50	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	55
51	4	5	3	4	5	5	3	4	4	5	3	3	48
52	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	46
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	43
55	2	3	2	2	4	3	4	3	4	4	3	3	37
56	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	56
57	5	4	4	4	5	3	3	5	5	3	5	5	51
58	2	4	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	32
59	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4	5	37
60	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	45
61	2	5	5	5	2	2	1	1	1	3	5	3	35
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	48
64	4	5	3	4	2	4	4	5	5	4	4	5	49
65	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	41
66	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	42
67	3	3	3	4	2	3	2	4	4	4	3	4	39
68	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
69	3	4	2	4	2	2	2	3	4	4	4	3	37
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
71	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	55
72	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	43
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
74	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
77	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	55
78	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	57
79	3	4	3	3	4	3	2	5	3	3	4	3	40
80	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	52
81	3	4	3	5	3	4	4	3	3	3	3	3	41
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
83	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	3	4	50
84	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	55
85	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	49
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
88	1	3	1	4	1	2	4	2	3	3	2	2	28
89	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	55
90	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	46

91	3	5	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	48
92	5	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	48
93	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	57
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
95	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	46
96	3	5	5	3	3	5	3	5	5	3	4	3	47
97	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
98	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
99	4	5	3	4	4	1	2	2	2	3	4	4	38
100	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Anugera, Muhammad Raditya, and Dedi Kurnia Syah Putra. "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks Pada Followers Di Jawa Barat." *e-Proceeding of Management* 8 no. 3 (June 2021): 8.
- Arifin, Faisa Nugra. "Efektivitas Akun Instagram @Filmnasional Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers." *e-Proceeding of Management Vol.2, No.3* Vol 2 no. 3 (2015): 6.
- Audina, Sherlin, Meithiana Indrasari, and Eko Pamuji. "Penggunaan Instagram @aslisuroboyo Informasi Masyarakat Surabaya" 3 (2023).
- Azmiah, Ulliyah. "Efektivitas Pertukaran Informasi Terhadap Kepuasan Followers Akun Twitter @Collegemenfess." *Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021*, 33.
- Bahri, Andini Nur. "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Republikaonline Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Generasi Milenial Muslim." *Skripsi, Program Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Medan Sumatera Utara, 2021*.
- Dr. Priyono, MM. "METODE PENELITIAN KUANTITATIF," Hal. 118. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.

- Febiola, Fransisca Asteria Nandra, and Saifuddin Zuhri. “Efektivitas Akun Instagram @suarasurabayamedia dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Followers dari Kota Surabaya.” *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis* 7 no. 1 (Oktober 2021): 18.
- Herlina, Novi, Evawani Elysa Lubis, and M Si. “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat.” *JOM FISIP* 4, no. 2 (Oktober 2017): 12.
- Khansa, Shazrin Daniyah, and K. Y.S. Putri. “Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca.” *Jurnal InterAct* 10, no. 2 (January 23, 2022): 24–34. <https://doi.org/10.25170/interact.v10i2.3149>.
- Mayangsari, Dwiyan. “The Effectiveness of University Instagram Account as Information Media for Students” 596 (n.d.): 4.
- Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana, and Satya Indra Karsa. “Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.” *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 1, no. 1 (July 6, 2021): 23–29. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.66>.
- Mustafa, Pinton Setya, Hafidz Gusdiyanto, Andif Victoria, and Dkk. “Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga,” Hal. 4-5. Malang: Universitas Negeri Malang, 2020.

- Nofha Rina, Siti Nurbaiti Fauziyyah. “Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (February 2020): 13–24.
<https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>.
- Nopianah. “Efektivitas Komunikasi Website Tripriau.Com Sebagai Media Informasi Pariwisata Bagi Komunitas My Trip My Adventure Regional Provinsi Riau.” *JOM FISIP* 6 (2019).
- Parnabhakti, Lily, and Nicky Dwi Puspaningtyas. “PERSEPSI PESERTA DIDIK PADA MEDIA POWERPOINT DALAM GOOGLE CLASSROOM.” *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik* 2, no. 1 (July 6, 2021): 18–25.
<https://doi.org/10.33365/ji-mr.v2i1.1062>.
- Poltak Sinambela, M.M., M.Pd., Prof. Dr. Lijan. “Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya.” Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2014.
- Prof. Dr. Sugiyono. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D,” Hal. 215. Bandung: Alfabeta, CV., 2013.
- Puspita, Nadia Ayu. “Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi.” *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema* 4, no. 2 (March 31, 2022): 112–17.
<https://doi.org/10.24076/pikma.v4i2.588>.

- Putra, Yoga Maulana. "PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI TUGAS AKHIR (SURVEI TERHADAP FOLLOWERS @TA_FEB)." *e-Proceeding of Management* Vol. 2 no. 1 (April 2015): 8.
- Putri, Nadya Nirmala. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Infomasi Followers." *Communication Management* 2, no. 2 (2022): 5.
- Ramadhan, Ahmad Fahri, Muhammad Ramdhani, and Wahyu Utamidewi. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 6, no. 1 (January 11, 2022). <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.2849>.
- Ramadhana, Dhea Rizka, and Ruth Mei Ulina Malau. "Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Soalpalu Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Palu." *e-Proceeding of Management* Vol. 8 No. 5 (Oktober 2021): 13.
- Roni, Muhamat, and Reni Nuraeni. "Efektivitas Akun Instagram @Bukittinggiku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers." *e-Proceeding of Management* Vol. 8 No. 3 (June 2021): 7.
- Saeroji, Amad, and Deria Adi Wijaya. "Pemetaan Wisata Kuliner Khas Kota Surakarta." *Jurnal Pariwisata Terapan* 1, no. 2 (March 1, 2017): 13. <https://doi.org/10.22146/jpt.24968>.
- S.Ag., M.Pd.I., Ph.D., Samsu. "METODE PENELITIAN: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif,

- Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development).” Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA), 2017.
- Shihab, M. Quraish. “Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian al-Quran,” Vol. 13:238. Tangerang: Lentera Hati, 2002.
- Sofian, Sofian, and Elly Yuliawati. “Pengaruh Penggunaan Instagram @Kemenparekraf.ri terhadap Tingkat Pemahaman Isi Pesan dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Komunikasi dan Media* 2, no. 2 (June 8, 2022): 129–38. <https://doi.org/10.24167/jkm.v2i2.4721>.
- Sugiana, Dadang, and Dkk. *Komunikasi Dalam Media Digital*. Yogyakarta: Buku Litera, 2019.
- Wahyudi. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Gerakan Sosial*. Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2021.
- Yusuf, M.Pd., Prof. Dr. A. Muri. “METODE PENELITIAN: KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN PENELITIAN GABUNGAN.” Jakarta: KENCANA, 2014.